

**LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias
Sociales y Humanidades, Asunción, Paraguay.**

ISSN en línea: 2789-3855, 2025, Volumen VI

La evaluación de la competitividad turística en destinos de turismo rural en Sinaloa, México

The evaluation of tourist competitiveness in rural tourism destinations
in Sinaloa, México

Patricia Gamboa Mora

pgamboam@uas.edu.mx

<https://orcid.org/0009-0006-35%2037-5082>

Universidad Autónoma de Sinaloa
Mazatlán – México

DOI: <https://doi.org/10.56712/latam.v6i6.4967>

Artículo recibido: 06 de agosto de 2025.

Aceptado para publicación: 06 de diciembre de 2025.

Conflictos de Interés: Ninguno que declarar.


Redilat
Red de Investigadores
Latinoamericanos

NÚMERO

DOI: <https://doi.org/10.56712/latam.v6i6.4967>

La evaluación de la competitividad turística en destinos de turismo rural en Sinaloa, México

The evaluation of tourist competitiveness in rural tourism destinations in Sinaloa, México

Patricia Gamboa Mora

pgamboam@uas.edu.mx

<https://orcid.org/0009-0006-35%2037-5082>

Universidad Autónoma de Sinaloa

Mazatlán – México

Artículo recibido: 06 de agosto de 2025. Aceptado para publicación: 06 de diciembre de 2025.
Conflictos de Interés: Ninguno que declarar.

Resumen

La evaluación de la competitividad en destinos de turismo rural representa un desafío metodológico para la planificación turística sustentable. Esta investigación tuvo como objetivo evaluar la competitividad de los Pueblos Mágicos de Sinaloa: Cosalá, El Fuerte, El Rosario y Mocorito. Para ello, se empleó el diseño mixto secuencial en dos fases. La primera fase (cualitativa) se orientó a la construcción de un sistema de indicadores, basándose en el modelo Calgary de competitividad complementado con la dimensión de sustentabilidad de SECTUR, e integrando revisión documental y entrevistas semiestructuradas a directores de turismo. La segunda fase (cuantitativa) analizó los datos recopilados a partir de fuentes oficiales de INEGI, SECTUR, CONAGUA, y el PEDS, procesando los 118 indicadores normalizados mediante el método de análisis multicriterio ELECTRE III. Los resultados revelaron una jerarquía de competitividad, destacando a El Fuerte como el destino más competitivo debido a la infraestructura turística, en segundo puesto Cosalá por la certificación de servicios, El Rosario ocupó el tercer lugar basado en la accesibilidad, y Mocorito se colocó en el cuarto sitio por la sustentabilidad. Además, se identificó una homogeneidad crítica en recursos culturales evidenciando la subutilización del patrimonio identitario. Como conclusiones principales, se determinó que la competitividad es multidimensional y requiere estrategias diferenciadas de acuerdo al perfil turístico de cada pueblo mágico. Se destaca la necesidad de intervenciones basadas en ventajas comparativas específicas, programas de rescate y valorización patrimonial, así como el fortalecimiento de los mecanismos de gobernanza local, aportando con ello un marco metodológico y evidencia concreta para la planificación turística regional sustentable.


Palabras clave: turismo rural, competitividad turística, política pública turística, pueblos mágicos

Abstract

Evaluating the competitiveness of rural tourism destinations presents a methodological challenge for sustainable tourism planning. This research aimed to evaluate the competitiveness of the Pueblos Mágicos (Magical Towns) of Sinaloa: Cosalá, El Fuerte, El Rosario, and Mocorito. A sequential mixed-methods design was employed in two phases. The first phase (qualitative) focused on developing a system of indicators based on the Calgary competitiveness model, complemented by the SECTUR (Ministry of Tourism) sustainability dimension, and incorporating document review and semi-structured interviews with tourism directors. The second phase (quantitative) analyzed data collected

from official sources such as INEGI (National Institute of Statistics and Geography), SECTUR, CONAGUA (National Water Commission), and the PEDS, processing the 118 standardized indicators using the ELECTRE III multi-criteria analysis method. The results revealed a hierarchy of competitiveness, highlighting El Fuerte as the most competitive destination due to its tourism infrastructure, followed by Cosalá for its service certification, El Rosario in third place based on accessibility, and Mocorito in fourth place for its sustainability. Furthermore, a critical homogeneity in cultural resources was identified, highlighting the underutilization of heritage and identity. The main conclusions determined that competitiveness is multidimensional and requires differentiated strategies according to the tourism profile of each Pueblo Mágico (Magical Town). The need for interventions based on specific comparative advantages, heritage preservation and enhancement programs, and the strengthening of local governance mechanisms is emphasized, thus providing a methodological framework and concrete evidence for sustainable regional tourism planning.

Keywords: rural tourism, tourist competitiveness, public tourism policy, Pueblos Magicos

Todo el contenido de LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades, publicado en este sitio está disponibles bajo Licencia Creative Commons. 

Cómo citar: Gamboa Mora, P. (2025). La evaluación de la competitividad turística en destinos de turismo rural en Sinaloa, México. *LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades* 6 (6), 1189 – 1211. <https://doi.org/10.56712/latam.v6i6.4967>

INTRODUCCIÓN

El turismo se ha consolidado en una potencia económica global, produce el 7% del comercio mundial y genera millones de empleos directos e indirectos. Sin embargo, el progreso del turismo se evidencia ampliamente en zonas urbanas y destinos de sol y playa, esto afecta la distribución territorial equitativa de la riqueza y del bienestar. Frente a este desafío, la inmersión del turismo en zonas rurales permite desarrollar beneficios socioeconómicos para las comunidades rurales (Organización Mundial del Turismo [OMT], 2020).

En México, la importancia económica del sector es evidente. En 2018, el turismo contribuyó con el 8.7% del Producto Interno Bruto (PIB) nacional, cifra que sobrepasa de otros sectores representativos de la economía como los servicios financieros y seguros (5.0%), industria de la construcción (7.3%) y el sector primario (3.3%) (INEGI, 2010). Para 2022, el turismo produjo el 8.5% del Producto Interno Bruto Turístico (PIBT), equivalente a 2 billones 372 mil 556 millones de pesos, estando compuesto principalmente por servicios de alojamiento (20.6%), transporte de pasajeros (19%), bienes y artesanías (15.8%), y restaurantes, bares y centros nocturnos (14.9%). Según los datos proporcionados por SECTUR (2023), la actividad turística en México equivale al 8.4% del Producto Interno Bruto (PIB), alcanzó 2.4 billones de pesos mexicanos, generó 2.5 millones de empleos directos y más de 5 millones de empleos indirectos.

No obstante, en el caso de México, el turismo rural no ha logrado capitalizar el dinamismo del sector para corregir disparidades territoriales, lo que refleja una desconexión entre las políticas de promoción y la comprensión de los factores que determinan su competitividad real (Campón-Cerro et al., 2016; Chen et al., 2025). Esta brecha entre el potencial y la realidad es patente si se considera la solidez del turismo en el país.

La transición del turismo hacia lo rural contempla obstáculos, como señalan Campón-Cerro et al. (2016), en la actualidad los destinos rurales enfrentan problemas para equilibrar la oferta y la demanda, esto obliga a buscar ventajas competitivas sostenibles. Esta situación se ve agravada por la naturaleza estática de los modelos tradicionales de evaluación, que fallan en considerar las dinámicas cambiantes de las preferencias y comportamientos turísticos, haciéndose necesario un enfoque más dinámico que capte la competitividad como un constructo en evolución y no un modelo estático (Chen et al., 2025).

A partir del año 2000, el gobierno federal propuso diferentes programas para el desarrollo del turismo rural. En el Programa Nacional de Turismo 2001-2006 se buscó consolidar los destinos nacionales y diversificar el producto turístico nacional con los recursos naturales (FONATUR, 2006). Posteriormente, durante el gobierno 2007-2012, la política turística planteó programas de desarrollo de servicios turísticos que incluyeran el turismo de naturaleza, el turismo rural y el turismo de aventura en zonas rurales e indígenas (SECTUR, 2011).

El impulso continuó con el Programa de Ecoturismo y Turismo Rural (PETR) en 2010, coordinado por la Dirección de Turismo Alternativo de la Dirección General de Desarrollo de Productos Turísticos de SECTUR, con el propósito de fortalecer los destinos principales de Turismo de Naturaleza en México. Más recientemente, en el gobierno 2019-2024, la Secretaría de Turismo consideró fomentar el turismo nacional para involucrar e incentivar el turismo cultural, el turismo de naturaleza y el turismo gastronómico, entre otros, para producir mayor derrama económica en el país (SECTUR, 2011).

Entre las estrategias más significativas se encuentra el programa de Pueblos Mágicos, definido como una localidad que tiene atributos simbólicos, leyendas, historia, hechos trascendentes, cotidianidad, en fin magia que surge en cada una de sus manifestaciones socio-culturales, y que significan hoy día una gran oportunidad para el aprovechamiento turístico (SECTUR, 2016; Estrategia Nacional de Pueblos Mágicos, 2022). Sin embargo, el éxito de estos destinos depende de factores que superan su

designación, requiriendo una gestión que fomente la lealtad del visitante (Campón-Cerro et al., 2016), aproveche el capital humano y emprendedor local (Komppala, 2014), y gestione adecuadamente las interacciones entre residentes y turistas (Tse & Tung, 2021). Cosalá, El Rosario, El Fuerte y Mocorito son los Pueblos Mágicos de Sinaloa, México, que constituyen el interés de esta investigación.

El turismo alternativo comprende diversas modalidades, tales como el turismo rural, ecoturismo y turismo sustentable. La Organización Mundial del Turismo (OMT, 2020) define el turismo rural en “un tipo de actividad turística en el que la experiencia del visitante está relacionada con una amplia gama de productos vinculados, por lo general, con las actividades de naturaleza, la agricultura, las formas de vida y las culturas rurales, la pesca con caña y la visita a lugares de interés” (p. 2). Por su parte, la SECTUR (2013), lo conceptualiza en el tipo de viajes que tienen el objetivo de participar en actividades de convivencia e interacción con una comunidad rural, explorando sus expresiones sociales, culturales y productivas.

Esta conceptualización ha evolucionado desde visiones iniciales centradas en la ubicación y el alojamiento. Así, Bardón Fernández (1990), amplía el concepto al afirmar que es una noción extensa que incluye tanto el agroturismo como cualquier otra actividad turística que tenga lugar en el entorno rural (p. 61). Por su parte, Gilbert (1992), plantea que “el turismo rural consiste en un viaje o pernoctación en una zona rural, ya sea agrícola o natural, que cuenta con una baja densidad de población”. En una línea similar, Crosby (1993), apunta que el turismo rural es cualquier actividad turística en el medio rural, incluye el litoral, supone una oferta reducida y ausencia de masificación” (p. 37).

Posteriormente, las conceptualizaciones transitaron hacia perspectivas más integrales. Por ejemplo, para Blanco y Benayas (1994), “el turismo rural se ubica en los nuevos productos turísticos que incluyen actividades recreativas realizadas en el medio rural y la naturaleza” (pp. 119-147). Desde el punto de vista de Blanco (1996), se trata de una expresión singular de las nuevas formas de turismo, caracterizada por desarrollarse fuera de los núcleos urbanos y contribuir al desarrollo local y a la diversificación competitiva.

Otros autores enfatizan distintos aspectos del turismo rural. Corrales Bermejo (1993), se centra en los servicios, al definir el turismo rural como aquel que ofrece servicios turísticos por motivos vacacionales mediante un precio, efectuados en alojamientos ubicados en el medio rural. En cambio, Fuentes (1995), prioriza la motivación del visitante, describiéndolo en “una actividad turística en territorio rural, formada por una oferta integrada de ocio, dirigida a una demanda cuya motivación principal es el contacto con el entorno autóctono” (pp. 29-43). Coincidiendo en parte con esta visión, Valdés (1996), señala al turismo rural como una actividad realizada en entornos rurales, donde la principal motivación es disfrutar de atractivos relacionados con el descanso, el paisaje y la naturaleza.

La conceptualización del turismo rural continuó expandiéndose hacia finales de los noventa y principios del año 2000. Autores como García Cuesta (1996), lo enfocan desde una perspectiva de mercado, vinculándolo al desarrollo de nuevos productos turísticos. Poco después, Ivars (2000) incorporó el elemento de la pernoctación y las actividades recreativas como componentes centrales, mientras que Bote (2001) lo definió en términos de una oferta integral de ocio, diseñada específicamente para una demanda motivada por el contacto con la comunidad local.

Precisamente, en este marco de diversificación y búsqueda de autenticidad, la competitividad emerge como un recurso pertinente para el desarrollo sostenible de destinos turísticos. El término competitividad se emplea en una variedad de contextos y tiene sus raíces en teorías económicas tradicionales y modernas. La evaluación de la competitividad en destinos turísticos es un tema multidisciplinario que ha sido abordado por académicos como Dwyer y Kim (2003), Ritchie y Crouch (2000), Hassan (2000), Dieguez, Gueimonde, Sinde y Blanco (2011), Decasper (2015) y Przybyszewski,

Fernandes y Magalhães (2017). Estos estudios han concluido que la competitividad de un destino turístico requiere de enfoques multidisciplinarios que consideren una amplia gama de factores.

Hassan (2000), define la competitividad turística como la capacidad del destino para crear e integrar productos con valor añadido que sostengan los recursos del destino mientras mantiene su posición en el mercado. En una perspectiva similar, Hong (2009), citado por Gándara et al. (2013), la describe como la capacidad de un destino para crear, integrar y proporcionar experiencias de turismo que incluyan bienes y servicios de valor añadido.

Ritchie y Crouch (2000), proporcionan una definición más comprehensiva, definiendo la competitividad como la capacidad de un destino para aumentar el gasto de los turistas; atraer a más visitantes; proporcionarles satisfacción y experiencias memorables; hacerlo de manera rentable; mejorar el bienestar de los residentes y preservar el capital natural para las generaciones futuras. Kim y Dwyer (2003), enfatizan la relevancia del tema tanto para la comunidad empresarial como para el sector turístico, destacando la creciente globalización y la intensificación de la competencia. En conjunto, estas definiciones enfatizan la importancia de una gestión efectiva y estratégica por parte de los destinos turísticos y las empresas del sector para mantener y mejorar su competitividad en un entorno cambiante. Esto implica maximizar los beneficios económicos y garantizar el bienestar de las comunidades locales, así como la sostenibilidad a largo plazo de los recursos naturales y culturales del destino.

Es esencial distinguir entre ventaja comparativa, que se refiere a los recursos y atributos únicos de un destino, y ventaja competitiva, que se relaciona con los factores creados por el hombre que aumentan la capacidad de un destino para atraer y retener turistas. La competitividad es fundamental para el desempeño general de un destino turístico. Implica un esfuerzo intencional para administrar el destino de manera eficaz y estratégica, con el objetivo de mejorar el bienestar de los residentes y los stakeholders.

Simultáneamente, la competencia se observa en diferentes segmentos del mercado turístico, lo que destaca la importancia de comprender la relación entre la segmentación del turismo, la competitividad y la estrategia de marketing dirigida. También, es necesario considerar la prosperidad económica y la sostenibilidad a largo plazo mediante el turismo.

Como señala Camisón (2003), en la industria turística la empresa misma es el recurso productivo principal, siendo los individuos quienes la producen, por lo que el factor humano desempeña un papel clave en la competitividad tanto de destinos como de empresas turísticas, ya que la profesionalización puede generar capacidades distintivas que destacan entre los competidores en el mercado turístico.

Las investigaciones más recientes han ampliado significativamente la comprensión de la competitividad. Komppala (2014), demuestra que en contextos rurales, el rol de los emprendedores individuales constituye la base del producto turístico, contribuyendo a la competitividad a través de la especialización y la innovación. Por su parte, Campón-Cerro et al. (2016), identifican que tras fases de crecimiento exponencial, los destinos rurales enfrentan un ajuste que obliga a buscar ventajas competitivas sostenibles, donde la lealtad del visitante emerge como solución estratégica.

La literatura contemporánea ha criticado los modelos tradicionales por su visión estática. Como señala Chen et al. (2025), "la competitividad del destino es un constructo en evolución, no un modelo estático, que responde dinámicamente a diversos factores a lo largo del tiempo" (p. 2). Esta perspectiva ayuda a comprender los desafíos actuales del turismo rural.

La complejidad de la competitividad se manifiesta en múltiples dimensiones. Rosalina et al. (2021), mediante una revisión sistemática, identificaron que el turismo rural es "un fenómeno fluido, que

evoluciona con el tiempo y las características del lugar”, mientras que Rosalina et al. (2023), enfatizaron la importancia de las estrategias de gestión de recursos que integren la participación comunitaria y la preservación del patrimonio en contextos de alta tradición cultural.

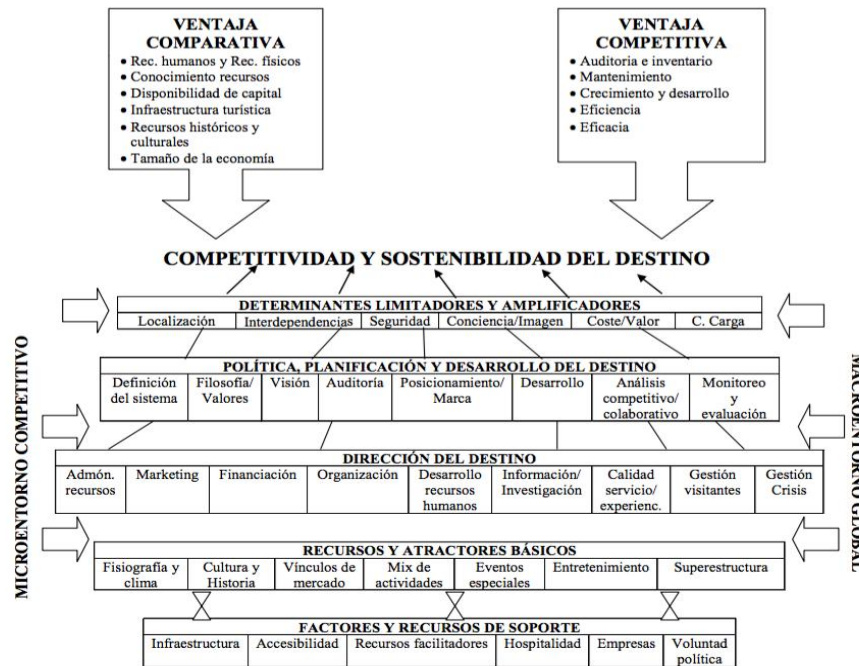
El comportamiento de los residentes representa otra dimensión crítica. Tse y Tung (2021), introducen un marco multidimensional que integra valuación e intensidad de los comportamientos, demostrando cómo estos influyen directamente en la imagen y competitividad del destino. Asimismo, Font et al. (2023), examinaron el impacto de los sistemas de indicadores sostenibles, conceptualizando la capacidad de absorción como un viaje de aprendizaje mediante el cual, las organizaciones adquieren, asimilan, transforman y explotan conocimiento.

En el ámbito metodológico, González-Rodríguez et al. (2023), aportaron evidencia empírica de que, la sostenibilidad y la competitividad deben adoptarse como dimensiones complementarias. Chen et al. (2023), proponen marcos de evaluación dinámicos para destinos turísticos inteligentes, mientras que Parra Cárdenas y Frías Jiménez (2021), desarrollaron procedimientos específicos para evaluar la competitividad en destinos turísticos rurales, mediante enfoques multicriterio.

Entre los modelos respaldados por organismos internacionales se encuentran el Monitor de Competitividad del Consejo Mundial de Viajes y Turismo, el Índice de Competitividad Global del Foro Económico Mundial, y diversos modelos nacionales como el Modelo SECTUR. Particularmente relevantes, son el modelo de Dwyer y Kim (2003), que estructura la competitividad en recursos creados, recursos heredados y condiciones situacionales, así como el Modelo de Calgary (Ritchie y Crouch, 2000), simultáneamente, distingue entre ventajas comparativas y competitivas. Estos componentes incluyen dimensiones como el macroentorno (comparativo), el microentorno (competitivo), los factores y recursos de apoyo, los recursos y atractivos básicos, la dirección del destino, la política, la planificación y el desarrollo del destino, así como los determinantes, limitaciones y amplificadores. El modelo está representado en la Figura 1.

Figura 1

Modelo representativo de la competitividad para destinos turísticos de Ritchie y Crouch



Fuente: Ritchie y Crouch (2000).

La integración de las perspectivas clásicas y contemporáneas revelaron que la evaluación de la competitividad en destinos rurales requiere un enfoque que capture su naturaleza multidimensional y dinámica. La primacía de factores como la satisfacción por atributos específicos y la calidad percibida (Campón-Cerro et al., 2016), la importancia del capital humano y el emprendimiento local (Komppala, 2014), la influencia de los comportamientos de los residentes (Tse & Tung, 2021), y la necesidad de integrar la sostenibilidad como dimensión complementaria (González-Rodríguez et al., 2023) demuestran que un solo indicador no logra reflejar la realidad competitiva.

Por lo tanto, este estudio tuvo como objetivo evaluar la competitividad turística del turismo rural en los Pueblos Mágicos de Sinaloa: Cosalá, El Fuerte, El Rosario y Mocorito. Para ello, y en respuesta a la naturaleza multidimensional de la competitividad turística, y siguiendo propuestas metodológicas actuales para destinos rurales (Chen et al., 2025; Parra Cárdenas & Frías Jiménez, 2021), se adoptó una metodología multicriterio a través del método ELECTRE III, que permitió una evaluación integral considerando las diversas dimensiones de la competitividad y sus complejas interrelaciones.

METODOLOGÍA

Este estudio empleó un diseño metodológico mixto secuencial. La primera fase de carácter cualitativo, se orientó a la construcción del sistema de indicadores. Dicha fase integró revisión de modelos teórico conceptuales de la competitividad, adoptando principalmente las dimensiones del Modelo de Ritchie y Crouch (2000), recursos y elementos atractivos fundamentales, factores y recursos de respaldo, políticas de planificación y desarrollo del destino, gestión o dirección del destino con determinantes limitadores y amplificadores.

Al mismo tiempo, se contempló la dimensión de sustentabilidad propuesta por SECTUR (2017) e indicadores de Dwyer y Kim (2003), Ritchie, J.R., y Crouch, G.I., & Hudson, S. (2001), Omerzel y Mihalic

(2007), Enright y Newton (2004), Gooroochurn & Sugiyarto (2005), Mazanec, Wöber & Zins (2007), Hong (2009). El marco teórico inicial fue contextualizado y complementado con los lineamientos y requisitos del programa Pueblos Mágicos (SECTUR, 2017), asegurando que el sistema de indicadores resultante fuera pertinente académicamente para la política turística aplicada en estos destinos.

Se complementa con trabajo de campo, mediante la aplicación de cuatro entrevistas¹ a los directores de turismo de los pueblos mágicos, quienes proveyeron veintiséis indicadores y subindicadores que no se identificaron en la revisión documental y académica. En tanto, la guía de observación² se aplicó en los espacios de estudio. Para efectos de evaluar la competitividad turística, no fue necesario definir una población específica, sino que, los pueblos mágicos fueron las unidades de análisis.

Para operacionalizar este sistema de indicadores, se implementó un proceso de recolección híbrido. Los datos se obtuvieron de fuentes oficiales (INEGI, CONAGUA, SECTUR federal y estatal, INAH, PEDS) y se complementaron con los testimonios de los directores de turismo. Este enfoque híbrido de fuentes primarias y secundarias validó de manera efectiva la etapa de recolección de datos. La recolección de datos se llevó a cabo entre junio y diciembre del año 2022.

La Tabla 1 presenta el esquema de operacionalización de la variable competitividad turística, estructurado en 6 dimensiones teóricas, 36 indicadores y 118 ítems empíricos. Este marco conceptual-metodológico fue diseñado para la evaluación comparativa y el establecimiento de un índice de competitividad turística aplicable a los cuatro destinos de estudio del Estado de Sinaloa: Cosalá, El Rosario, El Fuerte y Mocorito en el estado de Sinaloa, México.

Tabla 1

Operacionalización de la variable Competitividad Turística

| Variable | Dimensión | Indicador | Ítems |
|--------------------------|----------------------------------|--|-------|
| Competitividad turística | Factores y recursos de atracción | 1.1. Clima | 1-4 |
| | | 1.2. Patrimonio cultural tangible | 5-14 |
| | | 1.3. Patrimonio cultural intangible | 15-21 |
| | | 1.4. Patrimonio natural | 22-24 |
| | | 1.5. Turismo diferenciado | 25-27 |
| | | 1.6. Actividades productivas | 28-33 |
| | | 1.7. Hospitalidad | 34-35 |
| | Factores y recursos de soporte | 2.1. Infraestructura | 36-41 |
| | | 2.2. Recursos facilitadores | 42-45 |
| | | 2.3. Accesibilidad | 46-47 |
| | | 2.4. Visión empresarial | 48-49 |
| | | 2.5. Proveedores de servicios turísticos | 50-57 |

¹ Se construyeron preguntas para conocer el Inventario de Pintores y escultores. También, actividades productivas como: talabartería, productos de barro, alimentos tradicionales; número de cursos sobre hospitalidad impartidos al sector turístico, número de investigaciones del Instituto Nacional de Antropología e Historia (INAH); existencia de marca Pueblos Mágicos; identificación de los destinos competidores (productos turísticos de la competencia); cursos de vialidad, revisión mecánica, número de cursos sobre profesionales y perfeccionamiento con el trato del turismo; cursos- talleres sobre concientización y protección del patrimonio cultural y natural, existencia de programa de gestión de crisis. Por último, respecto a inventario de sitios culturales en cada uno de los pueblos mágicos.

² El objetivo de la guía de información fue identificar los factores e indicadores, por ejemplo, de la segunda dimensión *Factores y recursos básicos y atractores*, la variable recursos facilitadores, accesibilidad para minusválidos en los principales sitios turísticos de cada pueblo mágico. La tercera dimensión *Dirección del destino* indagó sobre la variable información, es decir, sobre el servicio de oficinas o módulos de información turística. Mientras que para la quinta dimensión *Determinantes y limitadores* fue necesario incluir la variable ubicación y accesibilidad (accesibilidad física de la carretera al pueblo mágico).

| | | | |
|---|--|--|---------|
| | | 2.6. Voluntad política | 58 |
| Dirección del destino | | 3.1. Gestión del destino | 59-64 |
| | | 3.2. Cuidado de los recursos | 65-68 |
| | | 3.3. Mercadeo & marketing del PM | 69-71 |
| | | 3.4. Establecimientos de hospedaje y alimentos | 72-73 |
| | | 3.5. Calidad en transporte público | 74-76 |
| | | 3.6. Información | 77-78 |
| | | 3.7. Desarrollo de recursos | 79-82 |
| | | 3.8. Educación superior | 83 |
| | | 3.9. Financiamiento | 84 |
| | | 3.10. Gestión | 85-86 |
| | | 3.11. Gestión de crisis | 87 |
| Políticas de planificación y desarrollo del destino | | 4.1. Definición del sistema | 88 |
| | | 4.2. Visión | 89-90 |
| | | 4.3. Posicionamiento nivel competencia | 91 |
| | | 4.4. Desarrollo del destino | 92-95 |
| | | 4.5. Monitoreo y evaluación | 96 |
| | | 4.6. Auditoría | 97-98 |
| Factores determinantes y limitadores | | 5.1. Ubicación geográfica y proximidad | 99-100 |
| | | 5.2. Seguridad | 101-110 |
| | | 5.3. Relación costo-beneficio | 111 |
| | | 5.4. Prestigio | 112 |
| Sustentabilidad | | 6.1. Sustentabilidad | 113-118 |

Fuente: elaboración propia.

En total, se recopilaron ciento dieciocho ítems que se procesaron utilizando el software ELECTRE III, y los resultados se analizaron para evaluar la competitividad de Cosalá, El Fuerte, El Rosario y Mocerito, Sinaloa, México. Antes de realizar el procedimiento de agregación de las variables seleccionadas para construir los indicadores del modelo, se llevó a cabo un proceso de normalización. El objetivo de éste fue evitar la heterogeneidad en las unidades de medida y mitigar la influencia de fenómenos dependientes de la escala, así como ajustar la distribución de las variables ante la presencia de datos atípicos. Para realizar esta normalización, se empleó la técnica de reescalamiento conocida como de máximos y mínimos para normalizar los indicadores simples. Esto permitió la comparación entre unidades de análisis similares. Este procedimiento busca que la escala normalizada abarque el intervalo entre 0 y 1 de los valores a reescalar (Barba-Romero, 1987). El proceso se realizó de la siguiente manera:

$$Vn(a_i) = \frac{x(a_i) - Min}{Max - Min}$$

Donde:

Vn(a_i) = valor normalizado.

x(a_i) = valor del indicador i.

Min = valor mínimo del indicador i.

Max = valor máximo del indicador i.

Posteriormente, se aplicó el método ELECTRE III. La selección de dicho método se fundamentó en su capacidad para manejar sistemas de evaluación complejos mediante el establecimiento de umbrales de preferencia, indiferencia y veto. Esta característica resultó funcional para análisis multicriterio de alta dimensionalidad, como el presente estudio que integra seis dimensiones, 36 indicadores y 118 subindicadores. La incorporación de estos umbrales garantizó una mayor estabilidad en los resultados al evitar que criterios fundamentales sean compensados o enmascarados por otros componentes del modelo, asegurando así alineación con el objetivo de investigación de una evaluación integral sin distorsiones por efectos de compensación interdimensional.

La aplicación del método ELECTRE III permitió la consolidación de las seis dimensiones del estudio junto con sus respectivos indicadores y subindicadores en un sistema de criterios integrados. Este proceso de agrupación sistemática generó una estructura de evaluación multicriterio que capturó de manera comprehensiva los aspectos fundamentales de la realidad turística bajo investigación. Los criterios resultantes operacionalizaron las dimensiones teóricas del modelo, facilitando la medición comparativa de la competitividad entre los destinos estudiados.

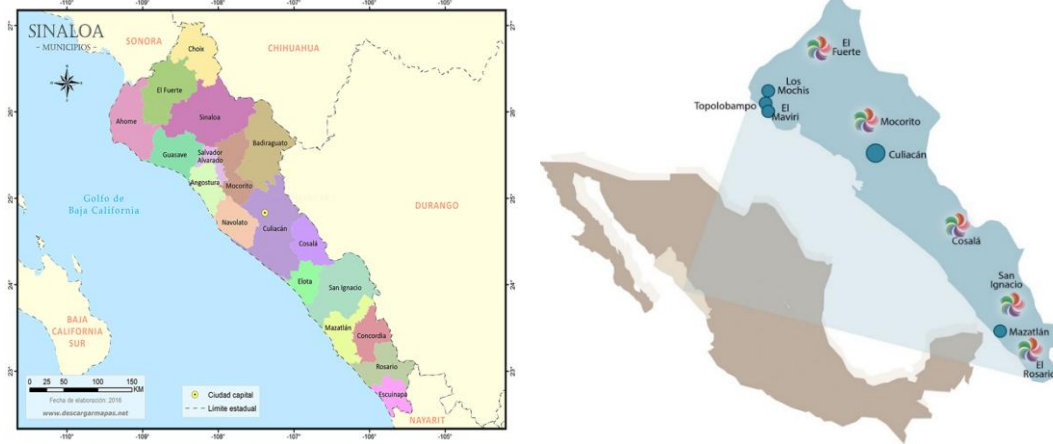
Dada la complejidad inherente a la operacionalización de la competitividad turística, se implementó una estrategia de agrupamiento metodológico que organizó las variables individuales en dimensiones estructurales. Estas dimensiones, concebidas como factores compuestos, sintetizan la información proveniente de los indicadores que las conforman, permitiendo una medición integral de constructos multifacéticos. Este enfoque factorial responde a la necesidad de capturar la naturaleza multidimensional del fenómeno de estudio, facilitando el análisis mediante la reducción de la complejidad sin perder la capacidad representativa de la realidad turística situada. Por lo tanto, como se mencionó en el marco teórico, el desarrollo del presente modelo incluyó conceptos genéricos que derivaron en un modelo que postula la competitividad del destino turístico, el cual está determinado por seis dimensiones ($g_1, g_2, g_3, g_4, g_5, g_6$) finitas, las cuales se detallaron en la tabla 1.

Zona de estudio

Los pueblos mágicos estudiados sobre competitividad turística fueron cuatro, situados en Sinaloa estado situado en el noroeste de México (Figura 2), estos son: Cosalá, El Fuerte, El Rosario y Mocorito.

Figura 2

Pueblos Mágicos de Sinaloa



Fuente: www.googlemaps.com (2025).

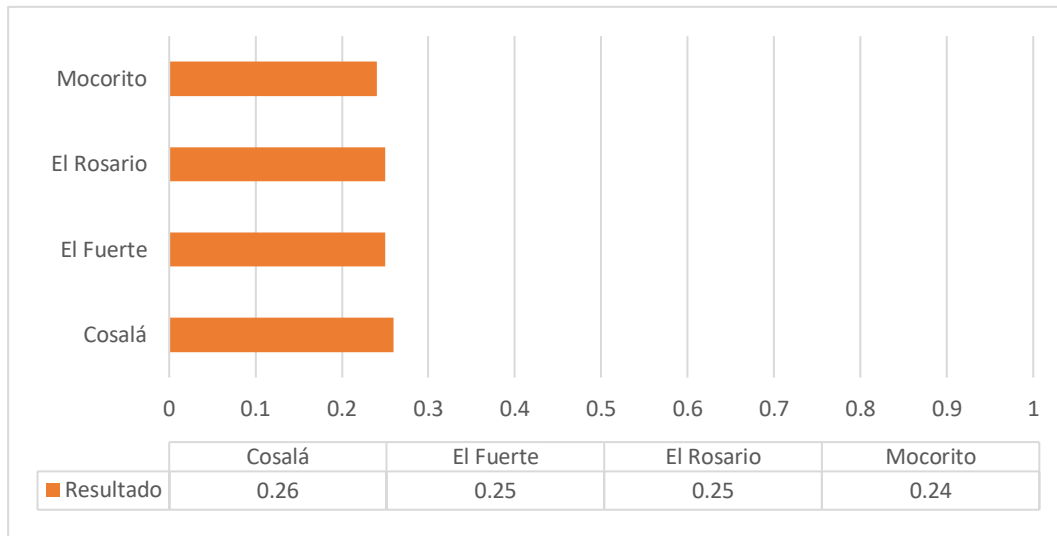
RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Los resultados del índice de competitividad para la dimensión Factores y Recursos de Atracción (FRA), calculado mediante el método MCDM, revelaron un panorama diferenciado entre los cuatro Pueblos Mágicos de Sinaloa. El resultado final de FRA posicionó a Cosalá en primer lugar (0.26), seguido de El Fuerte y El Rosario (0.25), y Mocorito (0.24), como se observa en el gráfico 1.

El análisis de los ítems individuales identificó las fortalezas de cada destino, lo que coincide con lo señalado por Ritchie & Crouch (2000) y Rosalina et al., (2023), quienes enfatizan que los recursos únicos y centrales constituyen la base de la competitividad de un destino. En este sentido, El Rosario destacó notablemente en el ítem de museos (0.55), un coeficiente superior al del resto. Este hallazgo se alinea con lo expuesto por Mazanec et al. (2007), a juicio de los autores citados consideran las atracciones culturales, como los museos en elementos clave para enriquecer la experiencia del visitante y prolongar su estancia. La presencia del museo de Lola Beltrán, el de Historia Regional y el Museo del Vestido de la Virgen le confiere a El Rosario una ventaja competitiva clara en el subsector de patrimonio cultural tangible.

Gráfico 1

Factores y Recursos de Atracción



Fuente: elaboración propia, la información del gráfico fue analizada en ELECTRE III.

Por su parte, Cosalá demostró la mayor solidez en el agregado de atractivos turísticos (0.52) y en recursos naturales específicos, como reservas naturales (0.46). Este resultado corroboró la importancia de los capitales natural y cultural pilares para la competitividad en el turismo rural, tal como lo establecen Bardón Fernández (1990), Ivars Baidal (2000), Ritchie and Crouch (2000) y González-Rodríguez et al., (2023), en sus análisis sobre la base de recursos en el desarrollo turístico rural. La posesión de la reserva natural de Nuestra Señora de la Candelaria y sus ríos constituye un recurso para desarrollar productos de ecoturismo, aspecto que SECTUR (2011) identifica como una línea estratégica prioritaria.

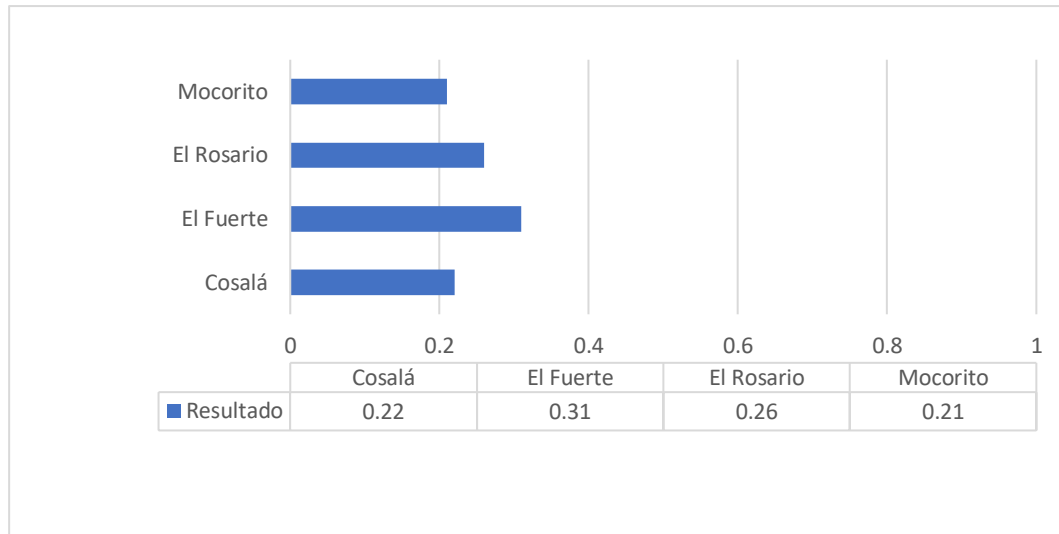
Por otro lado, el posicionamiento de Mocarito en la cocina tradicional (0.61) fue superior. Esto confirmó la propuesta de Gooroochurn & Sugiyarto (2005) y Castillo-Ortiz y Pérez-Contreras (2021), ya que incluyen a la gastronomía como un indicador de competitividad y un recurso de atracción primario. Especialidades como el chilorio, el chorizo, las palomas y los jamoncillos se erigen en activo para Mocarito, sugiriendo un potencial de mercado alrededor del turismo gastronómico que podría compensar sus puntuaciones más bajas en otros rubros, una estrategia de diversificación que ya era recomendada para el medio rural por García Cuesta (1996).

Asimismo, El Rosario mostró liderazgo en eventos religiosos (0.44), un elemento que, junto con las festividades y ferias, forma parte de la cultura viva del destino. Este resultado respalda la dimensión de Recursos y Atracciones del modelo de Dwyer & Kim (2003), que incluye a los eventos y festivales como componentes esenciales para animar el destino y atraer flujos turísticos en periodos específicos, dinamizando la economía local como se planteaba en los orígenes del turismo rural en España (Bote Gómez, 2001; Campón-Cerro et al., 2016).

Los resultados de la dimensión Factores y Recursos Básicos y Atractores (RBA) revelaron un panorama competitivo distinto al observado en la dimensión anterior. La figura 4 expone que El Fuerte emergió como el destino más competitivo en esta categoría con un coeficiente de 0.31, superando a El Rosario (0.26), Cosalá (0.22) y Mocarito (0.21).

Gráfico 2

Factores y recursos básicos atractores



Fuente: elaboración propia, la información del gráfico fue analizada en ELECTRE III.

Por tanto, El Fuerte soporta sus ventajas en la infraestructura turística, tales como: transporte turístico (0.55), establecimientos de hospedaje (0.58), restaurantes (0.61) y agencias de viajes (0.79). Estos hallazgos se articulan con los planteamientos de Dwyer & Kim (2003), la infraestructura de apoyo y los servicios turísticos determinantes de la competitividad del destino, al igual que Font et al., (2023). La solidez de El Fuerte en estos aspectos coincide con Gooroochurn & Sugiyarto (2005), a partir de la categorización de los indicadores de infraestructura general y turística en su marco de competitividad.

Por otra parte, El Rosario superó a los otros pueblos en términos de accesibilidad, con coeficientes de 0.28 en carreteras, acceso al pueblo mágico, distancia al aeropuerto y accesibilidad terrestre. Esto confirmó la importancia de la conectividad y proximidad a mercados emisores, factores que Ritchie & Crouch (2000) contemplan entre los recursos de soporte esenciales para el desarrollo turístico. La cercanía de El Rosario con Mazatlán constituye una propiedad geográfica, respaldando lo señalado por Bote Gómez (2001) y SECTUR (2011), sobre la importancia de la accesibilidad en la rehabilitación del patrimonio a través del turismo.

En tanto el desempeño de Mocosito en coordinación entre líderes y políticas aplicadas (0.55), se ubicó por encima del resto. Lo anterior precisa una revelación, ya que como señala Komppala (2014) y Rosalina et al., (2021), la gobernanza y el liderazgo local son factores determinantes en el desarrollo competitivo del turismo rural. La capacidad de coordinación detectada en Mocosito puede ser un activo estratégico para superar sus limitaciones en infraestructura SECTUR (2011).

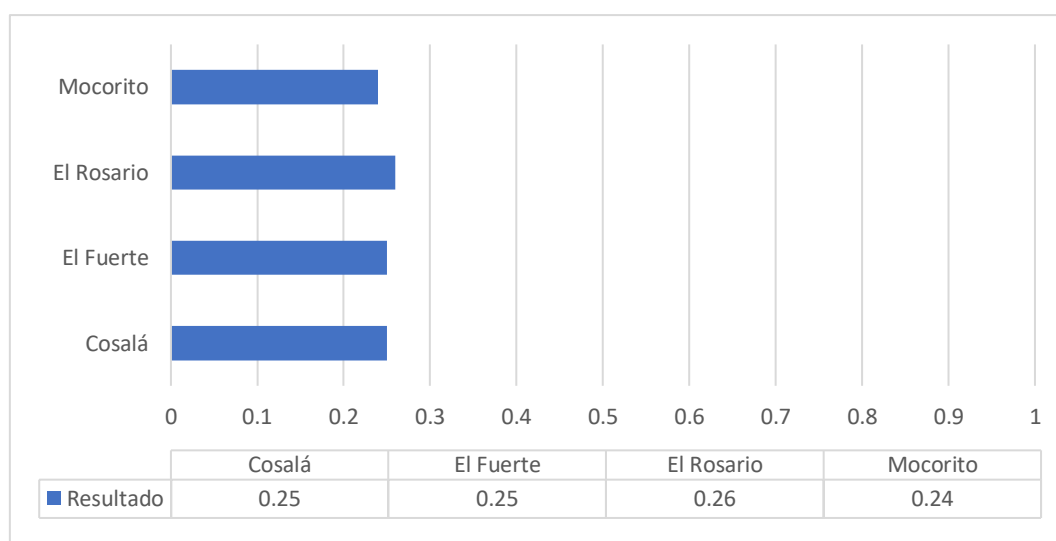
Cosalá, mientras tanto, destacó en balnearios (0.52), un recurso específico que según Ivars Baidal (2000) puede convertirse en un atractor especializado dentro de la oferta turística rural. Finalmente, El Rosario mostró fortalezas en la vida nocturna con discotecas (0.50) y bares (0.57), aspectos que Gándara et al. (2013) incluyen entre los servicios complementarios que enriquecen la experiencia turística. La superioridad de El Fuerte en esta dimensión sugiere que cuenta con una base infraestructural más consolidada, lo que según Font et al. (2023), es un predictor del desempeño competitivo.

Los resultados de la dimensión Dirección del Destino (DD) manifestaron un patrón distintivo en comparación con las dimensiones previas. El gráfico 5 respalda que El Rosario obtuvo una ligera superioridad con 0.26, por sobre Cosalá, El Fuerte (ambos con 0.25) y Mocarito (0.24). Sin embargo, la uniformidad en la mayoría de los indicadores (0.25) motiva a inferir que se debe a la aplicación de políticas y estrategias estandarizadas entre los cuatro Pueblos Mágicos.

Esta homogenización en la planificación y gestión concuerda con SECTUR (2017), en su Guía para la integración documental de Pueblos Mágicos, que establece lineamientos comunes para estos destinos. No obstante, como advierten Ritchie & Crouch (2000), la excesiva uniformidad llega a limitar el desarrollo de ventajas competitivas distintivas si no se complementa con estrategias específicas para cada destino (González-Rodríguez et al., 2023; Rosalina et al., 2021).

Gráfico 3

Dirección del destino



Fuente: elaboración propia, la información del gráfico fue analizada en ELECTRE III.

Con respecto a indicadores calidad y capital humano, Cosalá destacó con la oferta de restaurantes (0.30) y hoteles certificados (0.29), reflejando un compromiso con la calidad del servicio que respalda la certificación como indicador de competitividad (Gooroochurm y Sugiyarto, 2005). Por su parte, El Rosario lideró en hoteles certificados (0.39), empleo turístico (0.31) y sueldo promedio turístico (0.31), indicadores que según Dwyer & Kim (2003) reflejan la madurez del mercado laboral turístico y su contribución al desarrollo local.

En cuanto a El Fuerte y Mocarito, en el rubro de universidades (0.33), superaron a Cosalá (0.11). Esto evidenció preeminencia en capital académico y potencial para la generación de conocimiento especializado, aspecto que Komppala (2014), identifica útil para la innovación en destinos rurales. La colaboración con instituciones académicas, como señala Campón-Cerro et al. (2016), puede facilitar la transferencia de conocimiento y mejores prácticas hacia el sector turístico local.

La situación de Mocarito, con bajos coeficientes en certificación de hoteles (0.07) y restaurantes (0.18), pero con fortaleza en capital académico, sugiere una oportunidad para desarrollar sinergias entre el sector educativo y turístico. Como propone Bote Gómez (2001), la rehabilitación del patrimonio a través del turismo puede beneficiarse de la vinculación universitaria.

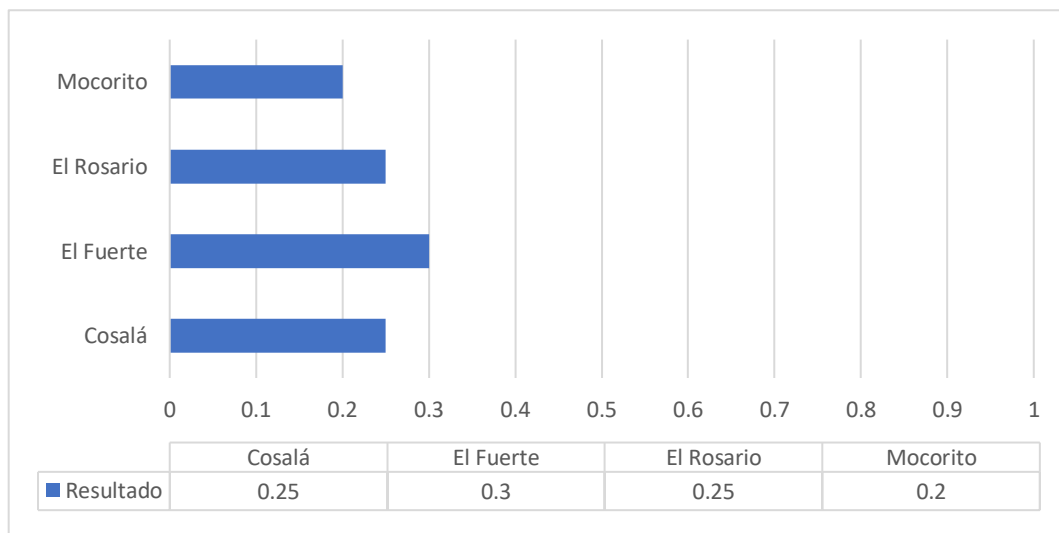
Los resultados de la dimensión Políticas de Planeación y Desarrollo del Destino (PPD) revelaron disparidades entre los cuatro Pueblos Mágicos. El Fuerte que obtuvo el coeficiente más alto (0.30), seguido de Cosalá y El Rosario (ambos 0.25), mientras que Mocerito presentó la menor puntuación (0.20). De esa manera, en competencia turística y flujo de visitantes, Cosalá y El Fuerte (0.33 en ambos indicadores) duplicaron el coeficiente de El Rosario y Mocerito (0.17 en ambos), el gráfico 6 muestra los resultados. Esta marcada diferencia en la capacidad de atracción turística replica el pesamiento de Enright & Newton (2004), quienes mediante un enfoque cuantitativo demostraron que los flujos de visitantes son un reflejo directo de la posición competitiva del destino en el mercado. De ahí la necesidad de conocer el mercado para emplear estrategias en tiempo real (Chen et al., 2025).

En materia de ocupación hotelera, El Fuerte presentó el coeficiente más alto en estadías nacionales (0.56) y estadía extranjera (0.56), rebasando a Cosalá (0.12 y 0.26), El Rosario (0.26 y 0.12) y Mocerito (0.06 en ambos). Esta capacidad para captar diferentes segmentos de mercado, de acuerdo con García (1995) en su análisis de la demanda turística, es indicativa de una oferta diversificada y posicionada.

Por lo que respecta a Cosalá en gasto promedio (0.30), se impuso sobre El Fuerte (0.24), El Rosario (0.24) y Mocerito (0.22). Esta dinámica identificada por Hassan (2000), es un indicador percibido por los visitantes y sugiere que Cosalá ha logrado desarrollar productos turísticos de mayor valor agregado. Por otro lado, El Fuerte (0.30) muestra el mejor desempeño, seguido de Cosalá (0.24), El Rosario (0.24) y Mocerito (0.22). Esta jerarquía corroboró lo expuesto por Przybyszewski et al. (2017) acerca de la existencia de disparidades competitivas incluso entre destinos que comparten una misma denominación turística.

Gráfico 4

Políticas de planeación y desarrollo del destino



Fuente: elaboración propia, la información del gráfico fue analizada en ELECTRE III.

La consistencia del liderazgo de El Fuerte en esta dimensión refleja lo que Gándara et al. (2013) denominan una estrategia de construcción del futuro bien ejecutada, mientras que la situación de Mocerito (0.20) requiere, según Decasper (2015), integrar más efectivamente los principios de desarrollo sostenible en su planificación turística para mejorar su competitividad.

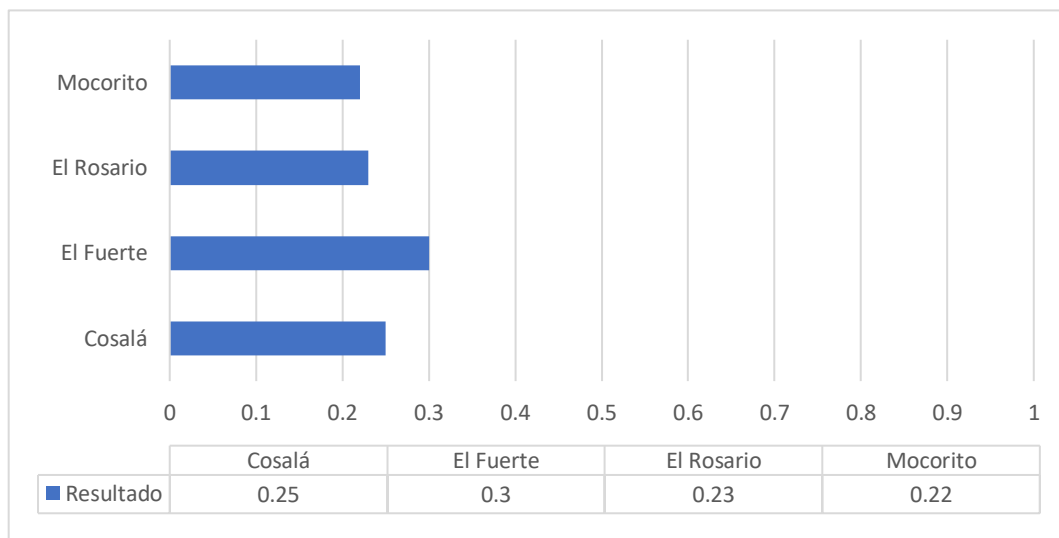
En términos de los Factores Determinantes y Limitadores (FDL), se revelaron patrones críticos para la competitividad turística. Como señala el gráfico 5, El Fuerte obtuvo el coeficiente más alto (0.30),

seguido de Cosalá (0.25), El Rosario (0.23) y Mocorito (0.22). En ubicación y accesibilidad, El Rosario (0.40) expuso una ventaja comparativa sobre El Fuerte (0.30), Cosalá (0.15) y Mocorito (0.15). Esta proximidad a Mazatlán (68 km) constituye un factor determinante, confirmando lo señalado por Bardón Fernández (1990) y Komppala (2014) acerca de la accesibilidad como elemento básico para el desarrollo turístico rural.

Con respecto a la seguridad, El Rosario consiguió el coeficiente más bajo en homicidios (0.10), mientras El Fuerte el coeficiente más alto en robo a vehículo (0.70). Estas disparidades en seguridad ciudadana implican limitadores críticos para el desarrollo turístico sostenible en el medio rural, donde la percepción de seguridad puede determinar el flujo turístico (Crosby, 1993; González-Rodríguez et al., 2023).

Gráfico 5

Factores determinantes y limitadores



Fuente: elaboración propia, la información del gráfico fue analizada en ELECTRE III.

En el ámbito de costo-beneficio, Cosalá y Mocorito (0.30) son superiores a El Rosario (0.25) y El Fuerte (0.15). Este resultado se alinea con los hallazgos de Blanco Portillo & Benayas del Álamo (1994), porque destacan la relación costo-beneficio como factor clave en la atracción de turismo hacia destinos rurales. Mocorito sobresale en prestigio (0.40), sobre el resto de los destinos (0.20). Este factor intangible, según Valdés (1996) y Rosalina et al., (2021), representa un capital simbólico fundamental para la construcción de imagen turística, aunque requiere complementarse con mejoras en accesibilidad y seguridad.

La situación de El Fuerte, con buen resultado general (0.30) pero serios problemas en robo a vehículo (0.70) y violencia familiar (0.40), ejemplifica lo que Diéguez et al. (2011) describen como la paradoja de destinos con buena infraestructura pero limitados por factores de seguridad, para los cuales es necesario dirigir acciones correctivas y situadas, según Chen et al., (2025).

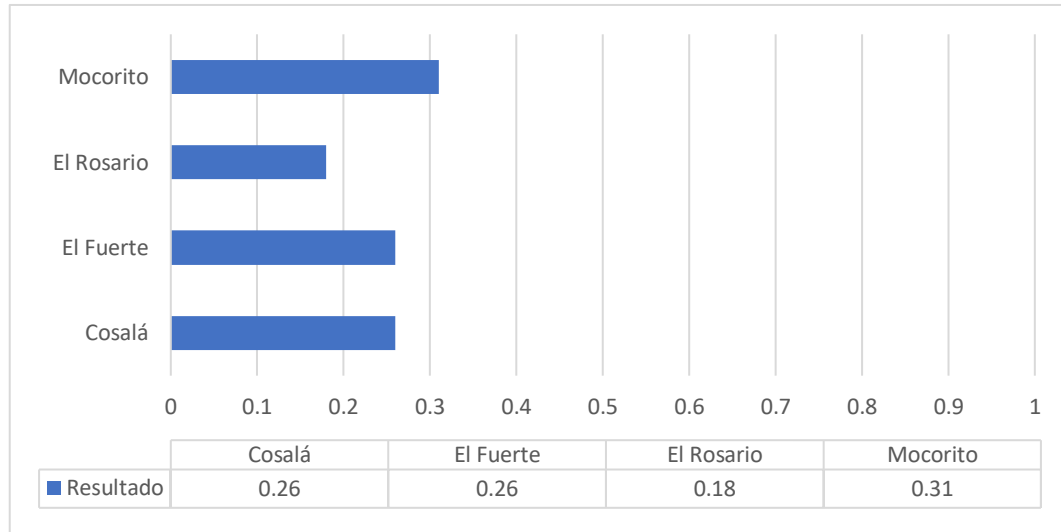
El caso de Mocorito (0.22) evidenció lo expuesto por Gilbert (1992), acerca de cómo limitaciones en accesibilidad y seguridad pueden constreñir el potencial turístico, incluso cuando se cuenta con activos valiosos como prestigio y buena relación costo-beneficio. En concordancia con Font et al. (2023), la sustentabilidad en turismo rural requiere abordar simultáneamente determinantes de accesibilidad y

prestigio y otros críticos (seguridad), integrando la perspectiva de sostenibilidad, según la OMT en sus directrices para el turismo rural.

Para la dimensión Sustentabilidad (STD), se reveló un panorama contrastante entre los cuatro Pueblos Mágicos. Mocorito obtuvo el coeficiente más alto (0.31), seguido de Cosalá y El Fuerte (ambos 0.26), mientras El Rosario presentó el menor puntaje (0.18).

Gráfico 6

Sustentabilidad



Fuente: elaboración propia, la información del gráfico fue analizada en ELECTRE III.

Los indicadores exponen un panorama diferenciado en la gestión ambiental. En agua (disponibilidad y consumo), El Fuerte (0.33) y Mocorito (0.33) duplicaron el coeficiente de Cosalá (0.17) y El Rosario (0.17). Esta propiedad en el manejo del recurso hídrico coincide con lo señalado por Crosby (1993) y Font et al., (2023) respecto a que la disponibilidad de agua constituye un elemento básico para el desarrollo turístico sostenible en el medio rural.

En recursos naturales, Cosalá (0.33) y El Fuerte (0.33) tienen la mejor posición frente a El Rosario (0.07). En áreas verdes, Cosalá (0.30), El Fuerte (0.30) y Mocorito (0.30) comparten el liderazgo, mientras El Rosario (0.10) presentó el coeficiente mínimo. Esta diferenciación sustenta lo expuesto por Bardón Fernández (1990) y González-Rodríguez et al., (2023) acerca de la importancia de los recursos naturales como base fundamental para el turismo rural.

En cuanto a la gestión de residuos, Cosalá obtuvo los coeficientes más altos (0.33) y gestión integral de residuos sólidos (0.33), superando a El Fuerte (0.25 y 0.17), El Rosario (0.17 y 0.17) y Mocorito (0.25 y 0.33). Este resultado se sustenta en Decasper (2015) y Font et al., (2023), la gestión de residuos es componente crítico para la competitividad sostenible del sector turístico.

Sobre el impacto social (ruido), El Rosario (0.39) y Mocorito (0.39) presentaron los índices superiores, indicando posibles afectaciones por contaminación acústica, mientras El Fuerte (0.07) evidenció impacto mínimo. Este fenómeno, como advierte Diéguez et al. (2011), puede convertirse en un limitante para la experiencia turística si no se gestiona adecuadamente.

Respecto a la imagen (preservación del patrimonio arquitectónico), El Fuerte (0.35) y Mocorito (0.35) presentan valores más elevados que El Rosario (0.10). Este resultado corroboró que la rehabilitación del patrimonio sociocultural es esencial para el turismo en espacio rural (Bote y Gómez, 2001). La posición de liderazgo de Mocorito (0.31) en esta dimensión demostró la competitividad en un contexto de turismo ambientalmente sostenible (Hassan, 2000; Font et al., 2023), mientras que la situación de El Rosario (0.18) evidenció los desafíos que Rosalina et al. (2021) encontraron en destinos rurales que descuidan los componentes ambientales y patrimoniales de la sustentabilidad.

Estos hallazgos confirmaron, en concordancia con Font et al. (2023), que la sustentabilidad constituye una dimensión para la competitividad turística, requiriendo estrategias diferenciadas que atiendan las particularidades ambientales, sociales y patrimoniales de cada destino. Los resultados del coeficiente integral de competitividad turística, obtenido mediante la metodología MCDM-ELECTRE III, revelaron en la tabla 2 la posición competitiva de los cuatro Pueblos Mágicos de Sinaloa. El Fuerte obtuvo el más alto (0.2783), seguido de Cosalá (0.2483), El Rosario (0.2383) y Mocorito (0.2367).

Tabla 2

Coefficiente de competitividad de los Pueblo Mágicos de Sinaloa

| Pueblo Mágico | Coefficiente de Competitividad |
|----------------------|---------------------------------------|
| El Fuerte | 0.2783 |
| Cosalá | 0.2483 |
| El Rosario | 0.2383 |
| Mocorito | 0.2367 |

Fuente: elaboración propia, la información del gráfico fue analizada en ELECTRE III.

El liderazgo de El Fuerte concuerda con lo expuesto por Ritchie & Crouch (2000) en su modelo de destino competitivo, donde la combinación de recursos de atracción, infraestructura de apoyo y gestión efectiva determina el posicionamiento final. Su consistente desempeño en dimensiones clave como Factores y Recursos Básicos (0.31) y Políticas de Planeación (0.30) refleja una ventaja competitiva integral, respaldando lo señalado por Gándara et al. (2013) y González-Rodríguez et al., (2023), sobre la importancia de una estrategia integral para la construcción de competitividad y su evaluación para la toma de decisiones (Parra Cárdenas y Frías Jiménez, 2021).

La posición de Cosalá en segundo lugar se sustenta en la certificación de servicios (0.30 en restaurantes) y gestión ambiental (0.33 en desechos), aspectos que Gooroochurn & Sugiyarto (2005) incluyen entre los indicadores de competitividad sostenible. Sin embargo, sus limitaciones en accesibilidad (0.15) y vinculación universitaria (0.11) afectaron su posicionamiento final, confirmando lo observado por Ivars Baidal (2000) y Tse y Tung (2021) acerca de cómo las deficiencias en factores básicos pueden limitar el potencial turístico rural.

La cercanía entre los coeficientes de El Rosario (0.2383) y Mocorito (0.2367) evidencia lo que Mazanec, Wöber & Zins (2007) describen como competitividad relativa entre destinos emergentes. El Rosario mostró ventajas en ubicación (0.40) y empleo turístico (0.31), pero fue limitado por debilidades en sustentabilidad (0.18), fenómeno que Fuentes García (1995) identifica como característico de destinos en fase de consolidación. Mocorito, aunque último en el ranking, demostró fortalezas en prestigio (0.40) y sustentabilidad (0.31), activos que según Campón-Cerro et al. (2016) pueden constituir la base para estrategias de diferenciación en destinos rurales.

Estos resultados confirmaron lo planteado por Dwyer & Kim (2003) y Parra Cárdenas y Frías Jiménez (2021), acerca de la naturaleza multivariada de la competitividad turística, donde ningún destino es

superior en todas las dimensiones, pero la consistencia en factores clave determina el posicionamiento final. Las reducidas diferencias entre los coeficientes (0.0416 entre el primero y último lugar) sugieren, en línea con Przybyszewski et al. (2017) y Chen et al., (2025), que mejoras estratégicas en dimensiones específicas podrían reconfigurar el ranking competitivo regional.

El estudio proporciona así, como señala SECTUR (2017), una base cuantitativa para el diseño de políticas turísticas diferenciadas que fortalezcan las ventajas comparativas de cada Pueblo Mágico, contribuyendo al desarrollo competitivo y sostenible del turismo rural en Sinaloa bajo los principios de Decasper (2015), sobre competitividad y desarrollo sostenible.

CONCLUSIÓN

Este estudio logró evaluar la competitividad turística de los Pueblos Mágicos de Sinaloa mediante la aplicación del método ELECTRE III, identificándose la competitividad entre los cuatro destinos estudiados. Los resultados demuestran una jerarquía, con El Fuerte (0.2783) posicionándose como el destino más competitivo, seguido por Cosalá (0.2483), El Rosario (0.2383) y Mocorito (0.2367).

La evaluación integral reveló que esta competitividad es esencialmente multidimensional, donde cada destino exhibe un perfil distintivo: El Fuerte destaca en infraestructura turística y capacidad de atracción de visitantes; Cosalá en certificación de servicios y gestión ambiental; El Rosario en accesibilidad y generación de empleo turístico; y Mocorito en sustentabilidad y prestigio, a pesar de su menor coeficiente general.

Un hallazgo transversal crítico es la subutilización de los recursos identitarios. Elementos culturales como vestimenta tradicional, música, danza y objetos artesanales presentaron una uniformidad preocupante (coeficiente 0.25) en los cuatro destinos, evidenciando una oportunidad desaprovechada para la diferenciación, como ejemplifica el caso del vestido tradicional de El Rosario. Las principales limitaciones identificadas en el marco de la competitividad en destinos de turismo rural, son la infraestructura básica de gestión turística, específicamente en módulos de información y programas de gestión de crisis y en la articulación entre los recursos patrimoniales existentes y su valorización turística.

En cuanto a las limitantes del estudio, se enlista la disponibilidad de datos dada la dependencia de fuentes secundarias oficiales, lo que pudo limitar el análisis en indicadores con información desactualizada o inconsistente. También, la perspectiva metodológica porque el estudio se centró predominantemente en el análisis de la oferta turística, sin incorporar de manera sistemática la percepción y satisfacción de los visitantes, lo que podría enriquecer la comprensión de la competitividad desde la demanda. Asimismo, se menciona el alcance temporal y geográfico, ya que la investigación evaluó la competitividad en un período específico (2022-2023) y se limitó a cuatro Pueblos Mágicos de Sinaloa, lo que restringe la generalización de los hallazgos a otros contextos temporales o regiones.

Para avanzar hacia un modelo de turismo rural competitivo y sostenible, se recomiendan estrategias diferenciadas que capitalicen las ventajas de cada destino, programas integrales de valorización del patrimonio cultural material e inmaterial, fortalecimiento de la gobernanza turística con participación comunitaria e inversión en infraestructura básica de gestión y servicios turísticos.

Finalmente, esta investigación proporciona así una base cuantitativa sólida para la toma de decisiones en política turística, destacando que la competitividad de los Pueblos Mágicos de Sinaloa residirá en su capacidad para transformar su autenticidad cultural en experiencias turísticas, manteniendo el equilibrio entre desarrollo económico, sustentabilidad ambiental y valorización del patrimonio cultural.

REFERENCIAS

- Barba-Romero, S. (1987). Panorámica actual de la decisión multicriterio discreta. *Investigaciones Económicas*, 11(2), pp. 279-308. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1130444>
- Bardón Fernández, E. (1990). Consideraciones sobre El turismo rural en España y medidas de desarrollo. *Estudios Turísticos*, 108; p.61-83. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2205226>
- Blanco Portillo, R. & Benayas del Álamo, J. (1994). El turismo como motor del desarrollo rural. Análisis de los proyectos de turismo subvencionados por Leader I. *Revista de Estudios Agrosociales*, volumen 49, número (169), p 119-147. <https://agris.fao.org/search/ru/records/64735ac1e17b74d222517f12>
- Bote Gómez, Venancio (2001). *Turismo en espacio rural: rehabilitación del patrimonio sociocultural y de la economía local*. Madrid. Editorial Popular.
- Camisión, C., Lapiedra, R., Segarra, M. & Boronat, M. (2003). Marco conceptual de la relación entre innovación y tamaño organizativo. *Revista de Investigación en Gestión de la Innovación y Tecnología*, 8, 50-61. <https://producciocientifica.uv.es/documentos/5eb09edf299952764113cf47>
- Campón-Cerro, A. M., Hernández-Mogollón, J. M., & Alves, H. (2016). Sustainable improvement of competitiveness in rural tourism destinations: The quest for tourist loyalty in Spain. *Journal of Destination Marketing & Management*, 4, 1-14. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2016.04.005>
- Castillo-Ortiz, M. G. y Pérez-Contreras, E. O. Competitividad gastronómica. Propuesta de factores tangibles e intangibles para su determinación: análisis de componentes principales (ACP). En: M. Osorio García, D. Castro Ricalde y R. Osorio González (Coords.), *Turismo y gastronomía. Experiencias en innovación, competitividad y gestión*. (pp. 45-72). Universidad Autónoma del Estado de México.
- Chen, J., Wu, J., Wang, D., & Stantic, B. (2025). Beyond static rankings: A tourist experience-driven approach to measure destination competitiveness. *Tourism Management*, 106, 105022. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2024.105022>
- Corrales Bermejo, L. (1993): *Apuntes para la definición y concepto de Turismo rural*. Ávila, Cuadernos de la Escuela Regional de Turismo de Castilla y León. Fundación Cultural Santa Teresa.
- Crosby, A. (1993). *El desarrollo turístico sostenible en el medio rural*. Centro Europeo de Formación Ambiental y turística. Madrid. <https://forumnatura.org/producto/el-desarrollo-turistico-sostenible-en-el-medio-rural/>
- Decasper, S. (2015). Competitividad y Desarrollo Sostenible en el sector turístico. *Revista Anais Brasileiros de Estudos Turísticos /ABET*, 5(1), 47 -58. <https://doi.org/10.17141/letrasverdes.29.2021.4702>
- Diéguez, I., Gueimonde A., Sinde, A., y Blanco, L. (2011). Análisis de los principales modelos explicativos de la competitividad de los destinos turísticos en el marco de la sostenibilidad. *RAC Revista de Administración Contemporánea*, jul-set año/vol 12 núm. 003, pp. 789-809. <https://doi.org/10.1590/S1415-65552008000300009>
- Dwyer, L. and Kim, Ch. (2003). Destination competitiveness: Determinants and Indicators. *Current Issues in Tourism* vol. 6 (5): pp. 369–413. <https://doi.org/10.1080/13683500308667962>
- Enright, M. J., & Newton, J. (2004). Tourism destination competitiveness: A quantitative approach. *Tourism Management*, 25(6), 777-788. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2004.06.008>

Font, X., Torres-Delgado, A., Crabolu, G., Palomo Martínez, J., Kantenbacher, J., & Miller, G. (2023). The impact of sustainable tourism indicators on destination competitiveness: the European Tourism Indicator System. *Journal of Sustainable Tourism*, 31(7), 1608–1630. <https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1910281>

Fuentes García, R. (1995). El turismo rural en España. Especial referencia al análisis de la demanda. Ministerio de Comercio y Turismo 1ra Edición. España.

Gándara J., FumiChim-Miki A., DomareskiThays. Cristinay Biz Alexandre (2013). La competitividad turística de Foz Do Iguacu según los determinantes del <IntegrativeModel> de Dwyer& Kim: Analizado la estrategia de construcción del futuro. Cuadernos de Turismo, N° 31, pp. 105-128. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39825633005>

García Cuesta, José Luis (1996). El turismo rural como factor diversificador de rentas en la tradicional economía agraria. *Estudios Turísticos*, 132, 45-60. <https://doi.org/10.61520/et.1321996.768>

Gilbert, D.C. (1992). Perspectivas de desarrollo del turismo rural. *Revista Valenciana D'Estudis Autonomics* (13), pp. 167-193. <https://pascal-francis.inist.fr/vibad/index.php?action=getRecordDetail&idt=6507076>

González-Rodríguez, M. R., Díaz-Fernández, M. C., & Pino-Mejías, R. (2023). Exploring the links between sustainability, competitiveness, and tourism performance: Evidence from Spanish regions. *Journal of Sustainable Tourism*, 31(6), 1287–1308. <https://doi.org/10.1080/09669582.2021.2008565>

Gooroochurn, N., & Sugiyarto, G. (2005). Competitiveness indicators in the travel and tourism industry. *Tourism Economics*, 11(1), 25-43. <https://doi.org/10.5367/0000000053297200>

Hassan, S. (2000). Determinants of Market Competitiveness in an Environmentally Sustainable Tourism Industry. *Journal of Travel Research*, 38 (3): 239-45. <https://doi.org/10.1177/0047287500038003>

Hong, S. K. (2009). Tourist destination competitiveness and attractiveness: Perceptions of Korean tourists to Australia. *Tourism Economics*, 15(4), pp. 899-911. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(98\)00007-3](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(98)00007-3)

https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/273030/Gui_a_2017_de_Incorporacio_n_2017.pdf

Instituto Nacional de Estadística y Geografía [INEGI]. (2010). Compendio de información geográfica municipal de los Estados Unidos Mexicanos El Fuerte, Sinaloa clave geoestadística 25010, 2010. https://www.inegi.org.mx/contenidos/app/mexicocifras/datos_geograficos/25/25010.pdf

Ivars Baidal, Josep Antoni (2000). Turismo y espacios rurales: conceptos, filosofías y realidades. *Investigaciones Geográficas*, (23), 59-88. <https://doi.org/10.14198/INGEO2000.23.03>

Komppula, R. (2014). The role of individual entrepreneurs in the development of competitiveness for a rural tourism destination: A case study. *Tourism Management*, 40, 361–371. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.07.007>

Martín Gil, F. (1994). Nuevas Formas De Turismo En Los Espacios Rurales Españoles: la industria turística en la Costa Blanca y su adaptación a la nueva sociedad post-industrial. *Estudios Turísticos*, (122), 15-39 <https://doi.org/10.61520/et.1221994.674>

Mazanec, J. A., Wöber, K., & Zins, A. H. (2007). Tourism destination competitiveness: From definition to explanation?. *Journal of Travel Research*, 46(1), 86-95. <https://doi.org/10.1177/0047287507302389>

Omerzel, D. G., & Mihalič, T. (2007). Management competencies and SME performance: The case of the tourism sector. *Journal of Business Economics and Management*, 8(3), 189-196. <https://doi.org/10.1080/16111699.2007.9636160>

Organización Mundial del Turismo [OMT]. (2020). Turismo Rural y Desarrollo. <https://www.untourism.int/es/news/turismo-desarrollo-rural>

Organización Mundial del Turismo [OMT]. (2021). Compendium of tourism statistics, data 2015–2019. OMT. <https://doi.org/10.18111/9789284422456>

Parra Cárdenas, A. V., & Frías Jiménez, R. A. (2021). Procedimiento para evaluar la competitividad en destinos turísticos rurales. *Revista Universidad y Sociedad*, 13(6), 435–442. <http://scielo.sld.cu/pdf/rus/v13n6/2218-3620-rus-13-06-435.pdf>

Plan Estatal de Desarrollo. Gobierno de Sinaloa [PEDS]. (2017). Enero 2018, de Gobierno de Sinaloa. <https://sinaloa.gob.mx/uploads/2017/06/plan-estatal-dedesarrollo-sinaloa-2017-2021.pdf>

Przybyszewski, J. Fernandes-Odete, Paula y Magalhães-Niada, Aura C. (2017) A competitividad turística entre as regiões brasileiras. *Revista Anais Brasileiros de Estudos. Turísticos./ ABET*, v.7, n.2, pp. 65–81. <https://doi.org/10.34019/2238-2925.2017.V7.3173>

Ritchie, J.R. & Crouch, G.I. (2003). *The competitive Destination. A sustainable Tourism Perspective*. World Tourism Education and Research Centre, University of Calgary. Alberta, Canada. School of Business, La Trobe University. Melbourne, Australia. Printed and bound in the UK by Cromwell Trowbridge. <https://doi.org/10.1079/9780851996646.0000>

Ritchie, J.R., Crouch, G.I. & Hudson, S. (2001). Developing operational measures for the components of a destination competitiveness/Sustainability model: Consumer versus managerial perspectives. En Mazanec, Josef, Wöber Karl y Zins Andreas. *Tourism Destination Competitiveness: From Definition to Explanation?* *Journal of Travel Research*. <https://doi.org/10.1079/9780851995359.0001>

Rosalina, P. D., Dupre, K., & Wang, Y. (2021). Rural tourism: A systematic literature review on definitions and challenges. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 47, 134–149. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2021.03.001>

Rosalina, P. D., Dupre, K., Wang, Y., Putra, I. N. D., & Jin, X. (2023). Resource management strategies in Balinese rural tourism: The role of tradition and spirituality. *Tourism Management Perspectives*, 49, 101194. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2023.101194>

Secretaría de Turismo [SECTUR]. (2011). Evaluación en materia de Diseño del Programa Ecoturismo y Turismo Rural. Informe Final. SECTUR. https://www.sectur.gob.mx/PDF/transparencia/Evaluacion_Materia.pdf

Secretaría de Turismo [SECTUR]. (2023). Informe de resultados del turismo 2023. SECTUR. <https://www.gob.mx/sectur/es/articulos/secretaria-de-turismo-sexto-informe-de-labores-2023-2024>

Secretaría de Turismo [SECTUR]. (2023). Informe de resultados del turismo 2023. SECTUR. <https://www.gob.mx/sectur/es/articulos/secretaria-de-turismo-sexto-informe-de-labores-2023-2024>

Secretaría de Turismo de México (SECTUR). (2013). Programa sectorial de turismo 2013-2018. SECTUR. https://www.sectur.gob.mx/wp-content/uploads/2014/01/programa_turismo.pdf


Secretaría de Turismo de México. [SECTUR]. (2016). Programa sectorial de turismo 2013-2018: Informe de avances 2016. SECTUR

Secretaría de Turismo. [SECTUR]. (2017). Guía para la Integración documental Pueblos Mágicos. SECTUR.

Secretaría de Turismo. [SECTUR]. (2022). Plan Anual de Evaluación de Pueblos Mágicos 2022. <https://www.gob.mx/sectur/documentos/99142>

Tse, S., & Tung, V. W. S. (2021). Measuring the valence and intensity of residents' behaviors in guest-host interactions: A conceptual framework and empirical validation. *Journal of Travel Research*, 60(4), 775–790. <https://doi.org/10.1177/0047287520919523>

Valdés, Luis (1996). El turismo rural en España. En: A. Pedreño y V. Monfort, (Coords.), *Introducción a la economía del turismo en España* (pp. 365-401). Ed. Civitas.

Todo el contenido de **LATAM Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales y Humanidades**, publicados en este sitio está disponibles bajo Licencia Creative Commons .