



Vocación turística de los residentes en Escuinapa, Sinaloa

Tourist vocation of residents in Escuinapa, Sinaloa

Marcela Rebeca Contreras Loera ^{1,*}

¹ Universidad Tecnológica de Escuinapa

* Autor de correspondencia: mcontreras@utescuinapa.edu.mx; Tel: 6671458814.

Fecha de Recepción: 27 de agosto del 2026.

Fecha de Revisión: 10 de octubre del 2025.

Fecha de Publicación: 8 de mayo del 2026.

ISSN: 3061-838X

DOI: 10.82580/revateh.v2i2.43

Citación: Marcela Rebeca Contreras Loera. Vocación turística de los residentes en Escuinapa, Sinaloa. *Revista en Ciencia y Tecnología del Valle de Tehuacán*, 2026, 2, 96-109.

Copyright: © 2026 por los autores. Este es un artículo de acceso abierto distribuido bajo los términos de la licencia Creative Commons Atribución 4.0 Internacional (CC BY 4.0). <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>.

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, considerando tanto la atención que reciben por parte de los residentes, como por la oferta de atractivos, instalaciones e infraestructura para la realización actividades turísticas. El objetivo del estudio fue identificar la vocación turística de los residentes del municipio de Escuinapa, Sinaloa. Se realizó con enfoque cuantitativo y alcance descriptivo; la recolección de datos se llevó a cabo con la aplicación de 364 encuestas a los habitantes de la localidad. Los resultados señalan que Escuinapa es un municipio con 122 comunidades rurales con recursos naturales, históricos y culturales útiles para promover el turismo. Sobre la vocación turística de los residentes, en promedio el 50% presenta actitud de neutral a negativa frente al turismo; 50.1% percibe que los residentes de Escuinapa tienen actitud de neutral a negativa cuando se trata de atender al visitante con hospitalidad, 52% responden de neutral a negativo en relación a la percepción de llegadas de turistas. Concluyendo que los residentes están interesados, en forma incipiente, en el turismo como actividad económica y aprovechan parcialmente los recursos disponibles para promover la práctica de actividades turísticas y la posibilidad de diversificar ingresos complementando con el desarrollo de actividades turísticas.

Palabras clave: Actividad turística, Residente, Vocación.



Abstract

Tourism offers benefits to communities, generating employment and income, and promoting the care and conservation of natural, historical, and cultural spaces. Tourism vocation encompasses the attitudes of tourism service providers aimed at meeting visitor expectations, considering both the attention they receive from residents and the attractions, facilities, and infrastructure available for tourism activities. The objective of the study was to identify the tourism vocation of residents of the municipality of Escuinapa, Sinaloa. The study used a quantitative approach and a descriptive scope; data collection was carried out through the administration of 364 surveys among local residents. The results indicate that Escuinapa is a municipality with 122 rural communities with natural, historical, and cultural resources useful for promoting tourism. Regarding the tourist vocation of residents, an average of 50% have a neutral to negative attitude toward tourism; 50.1% perceive that Escuinapa residents have a neutral to negative attitude when it comes to welcoming visitors; and 52% respond neutral to negatively regarding the perception of tourist arrivals. The conclusion is that residents are beginning to be interested in tourism as an economic activity and are partially taking advantage of available resources to promote tourism activities and the possibility of diversifying income by complementing the development of tourism activities.

Keywords: Tourism activity, Resident, Vocation.

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, con similitudes e independencia al pertenecer a 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). El término vocación turística se sujeta a diferentes características de los territorios, mientras que López *et al.*, (2017) indican 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, está la disposición de una persona u objeto que se muestra frente a una actividad específica, considerando el desarrollo de la actividad turística y cómo compete 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; Acerenza (1982) 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 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 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 ubicación 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. Respecto al turismo, según CODESIN (2021) del total de turistas que visitaron Sinaloa, de enero a diciembre del año 2021 (5,267,211), Mazatlán concentró



el 73.5%; Culiacán 15.0%; Los Mochis 7.1%; Escuinapa 104,030 (2.0%); El Rosario 1.4%; y El Fuerte 1.0%.

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 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 disfrutar de los recursos naturales, históricos y culturales que ofrece la comunidad.

El turismo de negocios es una de las categorías de mayor rendimiento del sector turismo en México, en 2016 representó el 1.5% del Producto Interno Bruto (PIB), el 17.5% del valor de la derrama por turismo en el país, generando alrededor de 890 mil empleos, gasto promedio de 1,252 dólares por cápita y estadía promedio de 2.06. Para 2022 generó derrama promedio por persona de 850 dólares y 2,219 dólares por congreso internacional; mientras que para el año 2025 representó el 1.83% del PIB, creando cerca de 100 mil empleos directos e indirectos; generando beneficios en la ocupación, impulsando la creación y desarrollo de micro, pequeñas y medianas empresas y contribuyendo en la distribución del ingreso por turismo en las localidades receptoras (SECTUR, 2016 y 2022, Osterroth, 2025).

Considerando lo anterior, el objetivo del estudio fue identificar la vocación turística de los residentes de Escuinapa, Sinaloa, donde, la hipótesis que se plantea es que los habitantes del municipio de Escuinapa cuentan con vocación turística moderada aprovechando los recursos naturales y culturales de la localidad.

2. Metodología

El estudio se realizó en el municipio de Escuinapa, al sur de Sinaloa, líder en producción de camarón, chile y mango que se exportan a Estados Unidos; reflejando una fuerte dependencia del sector primario

con el 36.61% del PIB municipal en 2016, 29.99% en 2018 y 45.24% en 2019 (CODESIN, 2020).

La investigación se llevó a cabo con enfoque cuantitativo; 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, el cual permitió identificar las características del fenómeno y lo que se busca; exponer su presencia en un determinado grupo humano (Ramos, 2020), ya que se recolectó datos de los residentes de la comunidad para especificar propiedades, características y rasgos importantes del fenómeno (Hernández, 2018). Se aplicó procesos de análisis de datos básicos en donde se pudo identificar la frecuencia en la cual se presenta el fenómeno de interés y sus características generales.

Para el análisis de la vocación turística de los residentes es indispensable el trabajo con las personas que habitan en el área de estudio, para ello se aplicó una encuesta dividida en diez dimensiones con respuestas con escala de Likert de cinco grados (afirmaciones con respuesta de acuerdo al nivel de acuerdo o desacuerdo que va desde 1 totalmente en desacuerdo hasta 5 totalmente de acuerdo; que incluye las siguientes dimensiones (Gómez, 2014):

- Importancia del turismo en la economía de la comunidad
- Interés en desarrollar la actividad turística en la comunidad
- Interés de la población en participar en la actividad turística
- Percepción de la importancia de los atractivos y recursos turísticos
- Percepción del potencial del turismo para contribuir en la economía
- Percepción de la comunidad por los turistas
- Actitud de la población local frente a la actividad turística
- Actitud de la población local frente a los turistas



- Intención de los estudiantes de nivel medio de estudiar carreras turísticas
- Dependencias públicas y organizaciones que fomentan el turismo en el municipio

La selección de los participantes se realizó considerando residentes que trabajan en una empresa prestadora de servicios turísticos en Escuinapa en diversos puestos, desde directivos hasta personal operativo; se empleó un procedimiento de muestreo no probabilístico, de conveniencia, aplicando 364 encuestas (Gómez, Velásquez y Amaya, 2019). 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.

Del total de encuestas aplicadas, se obtuvo resultados de la empresa restaurantera en primer lugar con 31%, seguida de actividades comerciales (en el mercado 20% y en empresas alrededor de la zona centro 19%), servicios de hospedaje 10%, transporte 10%, servicios de apoyo médico 9% y en bancos 1%.

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.

3. Resultados y discusión

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. Escuinapa es un municipio en el estado de

Sinaloa; ciudad con vocación agrícola, pesquera, comercio y de servicios. Según INEGI (Censo 2020) la población en Escuinapa fue de 59,988 habitantes (50.2% hombres y 49.8% mujeres). Los rangos de edad con 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). Con ventas internacionales de 123 millones de dólares de mango, higo, piña, aguacate y guayaba (DataMexico, 2024).

Para el desarrollo de actividades turísticas, Escuinapa cuenta con recursos naturales y culturales. El municipio cuenta con el área natural protegida de jurisdicción federal Juan M. Banderas, reconocida en 2023 como Área de Protección de Flora y Fauna (CONANP, 2024). Las marismas de Escuinapa son una porción vital de las Marismas Nacionales, una extensa zona de humedales de importancia ecológica en México que incluye manglares, lagunas costeras y ciénagas, creando un hábitat rico para diversas especies de peces y aves acuáticas; 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. Cuenta con 113,000 hectáreas de manglares y estuarios, 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). Teacapán cuenta con zona de humedales, lugar para aventuras ecológicas como paseos en lancha por los islotes para observar aves, manglares, playas vírgenes, delfines y la pirámide de conchas El Calón. También cuenta con playas vírgenes como la Tambora, Lupitas y Las Cabras (Sinaloa. Travel, 2024).



Respecto a recursos culturales, el municipio organiza festividades anuales como la fiesta del mar de Las Cabras, fiesta de San Francisco de Asís 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, (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.

Respecto al perfil del residente encuestado, el 51.4% fueron mujeres; con nivel de estudios de 36.4% con preparatoria, 27% secundaria, 25.1% licenciatura y 11.6% primaria; la edad fue 31.3% de 18 a 29 años, 23.6% 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. Sobre años viviendo en Escuinapa, el 76.2% con más de 20 años, 13.9% de 10 a 19 años y el 10% de 5 a 9 años. El 73.7% son empleados y el resto cuenta con empresa propia (ver **Tabla 1**).

Tabla 1. Perfil de los residentes de Escuinapa encuestados.

Perfil	Porcentajes		
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	

En relación a las diez dimensiones para identificar la vocación turística de los residentes del municipio de Escuinapa (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), los resultados son

los que se mencionan a continuación (**Tabla 2**):

- 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 3.1).
- A 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 4.2).

- 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 está 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 5.3)
- 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 6.4).
- 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 7.5).
- 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).
- 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 9.7).
- 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 10.8).

- Sobre carreras turísticas, la mayoría de los residentes encuestados responden con la opción neutral o con desacuerdo o totalmente en desacuerdo sobre las siguientes preguntas: 1) numerosos jóvenes estudiantes se interesan por inscribirse en carreras turísticas, 2) las opciones académicas de turismo generalmente rechazan aspirantes y 3) es necesario incrementar las plazas en las opciones académicas del área de turismo. Lo anterior hace

referencia que, en la percepción de los encuestados, los jóvenes no se interesan por la carrera de turismo (ver 11.9).

- 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 ausencia de los organismos, en actividades que promuevan el turismo con el fin de fortalecer su imagen y sus resultados (ver 12.10).

Tabla 2. Resultados generales de la encuesta aplicada.

Ítem		1	2	3	4	5
3.1 Importancia del turismo en la economía de la comunidad.						
1	El turismo es una de las actividades económicas más importantes de la comunidad.	21	20.1	21.4	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	24	18.7	14.6
3	La actividad turística juega un papel central en la economía de la comunidad.	19.8	21.8	19.8	19.8	18.7
4	Parte importante de las empresas y de las personas de la comunidad que se dedican a actividades relacionadas con el turismo.	22	22.5	22.8	18.1	14.6
4.2. Interés en desarrollar la actividad turística en la comunidad						
1	Numerosas organizaciones públicas y privadas están actualmente formulando proyectos turísticos en la comunidad.	28.5	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	30	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	31.1	18.2	7.4
5.3. Interés de la población en participar en la actividad turística						
1	Si pudiera, me dedicaría a una actividad vinculada con el turismo.	22.3	22.6	23.1	17.6	14.3
2	Parte importante de la población se interesa en dedicarse a actividades vinculadas con el turismo.	17.9	24.7	27.2	19.5	10.7
3	Si pudiera, la mayoría de la población se dedicaría a trabajar en la industria turística.	17.3	25.3	24.5	21.4	11.5
4	En esta comunidad, muchas personas intentan obtener empleos en la industria turística.	20.4	22.9	29	18	9.7
5	Actualmente, en esta comunidad, muchas personas y empresas se interesan en invertir en proyectos turísticos.	20.1	26.4	23.4	21.4	8.8
6.4. Percepción de la importancia de los atractivos y recursos turísticos						
1	La comunidad cuenta con una cantidad importante de atractivos turísticos de gran valor.	22	21.2	27	18.2	11.6
2	Los atractivos turísticos de la comunidad permiten a nuestra ciudad competir como destino turístico de primer nivel.	24.5	25.5	25.5	18.7	5.8
3	Los atractivos turísticos de la comunidad posibilitan desarrollar actividades turísticas.	19.3	24	29.8	18.5	8.5
7.5. Percepción del potencial del turismo para contribuir en la economía						
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	28.6	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	27.2	19.8	6.8
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	29.7	22.3	9.1
8.6. Percepción de la comunidad por los turistas						



1	Normalmente existen considerables flujos de turistas visitando la comunidad por iniciativa propia, sin necesidad de realizar promoción.	22.8	26.1	25.8	15.9	9.3
2	Nuestra comunidad tradicionalmente atrae corrientes turísticas de manera natural.	21.4	25.3	26.6	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	26.9	15.9	8.8
9.7. Actitud de la población local frente a la actividad turística						
1	La población de la comunidad considera que la actividad turística es muy positiva para el desarrollo socioeconómico local.	18.7	22	26.2	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	26.4	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	25.3	21.7	12.1
10.8. Actitud de la población local frente a los turistas						
1	La población local recibe a los visitantes con gran hospitalidad.	19.8	25.3	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	26.2	22.9	7.5
3	La población local considera que los turistas traen consigo beneficios y progreso.	15.9	25.5	26.9	22.5	9.1
4	La población local considera muy positiva la presencia de turistas en la localidad.	18	24	25.7	22.7	9.7
11.9. Intención de los estudiantes de nivel medio de estudiar carreras turísticas						
1	Numerosos jóvenes estudiantes se interesan por inscribirse en carreras turísticas.	23.9	27.7	29.4	14.8	0
2	Las opciones académicas de turismo generalmente rechazan aspirantes.	18.7	29.7	30.8	15.4	0
3	Es necesario incrementar las plazas en las opciones académicas del área de turismo.	18.5	23.7	29.5	19.3	9.1
12.10. Dependencias públicas y organizaciones que fomentan el turismo en el municipio						
1	Gobierno del Estado	36.3	24.5	20.1	15.7	0
2	Oficinas del Ayuntamiento / de la comunidad	28.3	30.2	23.9	14.3	0



3	Planeación	37.4	23.6	24.7	12.4	0
4	Fomento Económico	34.9	27.2	23.1	12.6	0
5	Turismo	30.8	25.8	26.9	13.5	0
6	Cultura	29.9	29.1	23.9	14.3	0
7	Canaco-Servytur	35.7	26.9	24.7	11	0
8	Canirac	33.2	29.9	22.3	12.1	0
9	Asociación de hoteles, agencias, etcétera	31.0	26.9	23.4	15.9	0
10	Asociación de agencias de viajes o tour operadores	30.5	29.1	21.9	14.7	0

La escala de Likert contempla lo siguiente: 1 totalmente en desacuerdo, 2 en desacuerdo, 3 ni de acuerdo-ni en desacuerdo, 4 de acuerdo, 5 totalmente de acuerdo. Además, los resultados que se muestran en cada una de las respuestas se encuentran en porcentajes del total de la población que respondió.

4. 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. Así mismo 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; sin embargo, los residentes de Escuinapa no identifican las ventajas que les ofrece el turismo, para contemplar alternativas que generen ingresos adicionales y mejoren la calidad de vida de las personas.

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, encontrando que los residentes no identifican al turismo como actividad económica que les permita generar flujos de ingreso y su respuesta ante los visitantes es indiferencia ante su presencia.

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.

Respecto a los recursos turísticos, se concluye que la comunidad de Escuinapa cuenta con recursos naturales y culturales que 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 Escuinapa ofrecen la oportunidad de realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y con las expresiones culturales que lo 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 residentes de Escuinapa, a partir de la aplicación del cuestionario con respuestas con escala de Likert de cinco grados que incluye diez dimensiones, se concluye lo siguiente.

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 con tendencia hacia lo negativo, 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 de los residentes 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 al turista, es limitada. Sobre 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.

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.

Financiamiento: Esta investigación no recibió financiamiento externo.

Referencias

Acerenza, M. Á. (1982). Promoción turística: un enfoque metodológico (Vol. 1). Universidad de Texas.



- Boisier, S. (2011). El territorio en la contemporaneidad. *Líder: Revista Labor Interdisciplinaria de Desarrollo Regional*, (18), 9-24. <https://bit.ly/3fCUgu3>
- Boullón, R. C. (1985). Planificación del espacio turístico. Trillas.
- CODESIN. (2021). Estimación del Producto Interno Bruto en Sinaloa por municipio y región 2023. <https://estadisticas.sinaloa.gob.mx/Codesin/PIB%20por%20municipios%202023.pdf>
- CONANP & SIMEC. (2024). Área Natural Protegida Juan M. Banderas. <https://simec.conanp.gob.mx/ficha.php?anp=210®=11>
- Covarrubias Ramírez, R. (2019). Entre el turismo y el puerto: Una evaluación de la vocación turística de Manzanillo, Colima, México. Universidad de Colima. <https://cathi.uacj.mx/handle/20.500.11961/10399>
- Datur, Secretaría de Turismo. (2024). Glosario de turismo. http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx#Glosario_R
- Data Escuinapa. (2024). Datos básicos Escuinapa. <https://escuinapa.gob.mx/nuestro-municipio/datos-basicos/>
- Erreguerena, F. (2020). Repolitizar los territorios. Reflexiones sobre los conceptos de territorio y poder en la extensión universitaria. *Revista de Extensión Universitaria*, (13), 1-13. <https://cutt.ly/9bXBDGZ>
- Gómez, C., Amaya, C., & Mundo, R. (2014). Diseño de una metodología para establecer la vocación turística de un destino. Caso Tuxtla Gutiérrez, Chiapas. *Teoría y Praxis*, 75-100. <https://www.redalyc.org/pdf/4561/456145101004.pdf>
- González, F., & Morales, S. (2009). Ciudades efímeras: Transformando el turismo urbano a través de la producción de eventos. Editorial UOC.
- Guizzardi, A., & Mazzocchi, M. (2010). Tourism demand for Italy and the business cycle. *Tourism Management*, 31(3), 367-377.
- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta. McGraw Hill.
- Ishikawa, N., & Fukushige, M. (2010). Households attitudes toward earthquake protection: An empirical analysis of the impact of fiscal support in Japan. *Journal of Housing Economics*, 19(1). 51-65.
- INEGI. (2019). Anuario estadístico y geográfico de los Estados Unidos Mexicanos 2019. https://www.inegi.org.mx/contenidos/productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/AEGEUM_2019/702825192235.pdf
- INEGI. (2020). Censo de población y vivienda 2020. <https://www.inegi.org.mx/programas/ccpv/2020/#Microdatos>
- INEGI. (2020). Cuéntame de México: Población de Sinaloa. <https://www.cuentame.inegi.org.mx/monografias/informacion/sin/poblacion/default.aspx?tema=me&e=25>
- Instituto Nacional de Antropología e Historia. (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>
- López, L., Gómez, J., Sepúlveda, M., & Ochoa, A. (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. *Estudios Socioterritoriales. Revista de Geografía*, (21), 71-89. <https://www.scielo.org.ar/pdf/esso/v21/v21a05.pdf>

Nájera González, A., Carrillo González, F. M., Chávez Dagostino, R. M., & Nájera González, O. (2020). Análisis de métodos de evaluación de la aptitud del territorio para turismo alternativo. *El Periplo Sustentable*, (39), 139-162. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7734591>

Organización Mundial del Turismo. (1998). *Clasificación internacional propuesta por la OMT*. Madrid: OMT.

Pearce, D. G. (1999). *Tourism in Paris: Studies at the microscale*. *Annals of Tourism Research*, 26(1), 77-97.

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>

Ritchie, J. R. B. (1988). Consensus policy formulation in tourism: Measuring resident views via survey research. *Tourism Management*, 9(3), 199-214.

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://revistas.uh.cu/revflacso/article/view/5113/4325>

Sanabria, T. (2010). Cuatro precisiones metodológicas para identificar la aptitud territorial. *Bitácora Urbano Territorial*, 1(16), 79-88.

SECTUR. (2016). *Genera turismo de reuniones 890 mil empleos en todo el país*: SECTUR.

<https://archivo.quadratin.com.mx/sucesos/Genera-turismo-reuniones-980-mil-empleos-pais-Sectur/>

SECTUR. (2022). *Turismo de reuniones desempeña un papel regulador en la estacionalidad de la demanda del sector*. Gobierno de México. <https://www.gob.mx/sectur/prensa/turismo-de-reuniones-desempena-un-papel-regulador-en-la-estacionalidad-de-la-demanda-del-sector>

Sinaloa Travel. (2024). *Escuinapa*. <https://visitsinaloa.travel>

Villatoro, F. (2017). El territorio como sistema complejo. *ECA Estudios Centroamericanos*, (749), 165-176. <https://cutt.ly/IbXNzOy>

WHSRN (Red Hemisférica de Reservas para Aves Playeras). (2024). *Marismas Nacionales*. https://whsrn.org/es/whsrn_sites/marismas-nacionales/