

Turismo creativo y pueblos mágicos: Mocorito, Sinaloa

Dulce Livier Castro Cuadras

dulcecastro@uas.edu.mx

<https://orcid.org/0000-0002-7431-1210>

Francisco Arturo Espinoza Duran

franciscoesdu@gmail.com

<https://orcid.org/0009-0009-6863-5102>

Patricia Carmina Inzunza Mejía

inzunzap@uas.edu.mx

<https://orcid.org/0000-0001-8789-4972>

Universidad Autónoma de Sinaloa
Sinaloa – México

RESUMEN

El subsector económico del turismo incentiva el crecimiento económico de microrregiones de México; mientras que la estrategia de promoción turística de pueblos mágico ha cobra vigencia y fuerza, despertando la curiosidad de los turistas para vivir experiencias arraigadas y endémicas de las regiones. El estudio tiene como objetivo, desarrollar un análisis teórico de los antecedentes del turismo y dar un panorama general del turismo en México, para finalizar con la evaluación de factores de motivos para el Pueblo Mágico de Mocorito, utilizando información científica y datos empíricos de la Región del Évora, donde esta geográficamente ubicado el Pueblo Mágico de Mocorito Sinaloa; a fin de conocer cuál es la principal motivación para visitar el lugar y así se puedan generar estrategias que permitan incentivar la economía con estrategias creativas de promoción turística para la región. Esto se llevó a cabo bajo una metodología cualitativa, de tipo exploratoria-descriptiva y aplicó el modelo geo detector por aglomeración, obteniendo como resultado que la marca destino, no es la principal motivación, si no los atributos que posee el Pueblo Mágico.

Palabras clave: turismo; turismo creativo; pueblos mágicos.

Correspondencia: dulcecastro@uas.edu.mx

Artículo recibido 25 enero 2023 Aceptado para publicación: 25 febrero 2023

Conflictos de Interés: Ninguna que declarar

Todo el contenido de **Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar**, publicados en este sitio están disponibles bajo

Licencia [Creative Commons](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) 

Cómo citar: Castro Cuadras, D. L., Espinoza Duran, F. A., & Inzunza Mejía, P. C. (2023). Turismo creativo y pueblos mágicos: Mocorito, Sinaloa. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 7(1), 10154-10167. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v7i1.5198

Creative tourism and magic towns: Mocorito, Sinaloa

ABSTRACT

The economic subsector of tourism encourages the economic growth of micro-regions in Mexico; while the tourism promotion strategy of magical towns has gained validity and strength, arousing the curiosity of tourists to live rooted and endemic experiences of the regions. The objective of the study is to develop a theoretical analysis of the history of tourism and give an overview of tourism in Mexico, to end with the evaluation of motive factors for the Magical Town of Mocorito, using scientific information and empirical data from the Region. from Évora, where the Magic Town of Mocorito Sinaloa is geographically located; In order to know what is the main motivation to visit the place and thus strategies can be generated that allow to stimulate the economy with creative strategies of tourist promotion for the region. This was carried out under a qualitative methodology, of an exploratory-descriptive type and applied the geodetector model by agglomeration, obtaining as a result that the destination brand is not the main motivation, but rather the attributes that the Magical Town possesses.

Keywords: *tourism; creative tourism; magic towns.*

INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas, han surgido distintos modelos de turismo, consecuencia, por una parte, de los nuevos modos de consumo y, por otro lado, de las características de los nuevos turistas. Esto último, se define por el hecho de que hoy en día el turista juega un rol activo, a diferencia de los modelos tradicionales. Buscan experiencias diversas y no masivas que les permita sentirse genuinos, un enfoque que se adecua a las nuevas necesidades es el turismo creativo, cuya finalidad es mostrar el lado creativo y cultural del destino.

Por otro lado, contribuir a la sustentabilidad pone en una disyuntiva a la industria turística forzándola a rediseñar sus estrategias y prácticas. El turismo creativo tiende a proponer ambas cosas; contribuir al desarrollo turístico siendo empático con el entorno.

Para México, se muestra un panorama alentador en el sector turístico, así se observó de 2010 hasta 2019, el sector de viajes experimentó un fuerte crecimiento y en este sentido, se hace mención al crecimiento en las noches de estadía nacionales en un 36 % y las visitas internacionales un 90% a lo largo de esos 10 años y en 2019 la industria de viajes y turismo mexicana representó el 15 % del PIB total (Tourism Economics, 2021).

Así mismo es importante desatacar que la nación mexicana cuenta con significativos recursos turísticos, se contemplan 35 sitios que han sido inscritos en la lista de Patrimonio Mundial por la UNESCO, adicionalmente cuenta con 6 ciudades Creativas de la UNESCO y con 121 “Pueblos mágicos” (Gil, 2019).

METODOLOGÍA

En este estudio, se empleó una metodología cualitativa, de tipo exploratoria-descriptiva, primeramente, se utilizaron dos tipos de fuente de información, la primera fue una indagatoria en fuentes secundarias para realizar la parte teórica y posteriormente datos primarios obtenidos a través de un cuestionario implementado por el Grupo Disciplinar “Gestión para la Innovación y la Sustentabilidad” y el UAS-CA-272 “Economía del Sector Público y Políticas para el Desarrollo”. La población se seleccionó por conveniencia, con un total de 250 turistas nacionales. Se utilizó un análisis de factores bajo el modelo de geo detector por aglomeración para identificar los principales motivos de visita para el Pueblo Mágico Mocorito, Sinaloa.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Turismo

Para Fúster (1973) el turismo implica un viaje con retorno, es decir, sea cual sea la motivación de la visita, una vez que el motivo sea agotado, se volverá al lugar de origen. El autor señala que *turn* (dar vueltas), palabra de origen inglés que tiene su aparición en el siglo XII se interpreta como un viaje circular (salida/regreso).

Por su parte la Secretaria de Turismo lo define como las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estadios en lugares diferentes al habitual, por un tiempo contiguo menor a un año, con fines de ocio, y otros motivos no relacionados a negocios en el lugar visitado (SECTUR, 2008).

De acuerdo McCrecher, (1999) citado por Ardila (2015) el turismo es complicado pronosticar, ya que no es lineal, pues se trata de un sistema dinámico abierto, que surge de manera espontánea. También refiere que esos momentos espontáneos podrían generar incertidumbre e inestabilidad, pero que esto favorece al cambio y a la mejora continua.

Breve historia del turismo

De acuerdo a lo que plantea Pulgarín, (2011) el turismo como tal, tiene su origen en el siglo XIX, como derivación de la Revolución industrial, con traslados de intención mayormente de ocio, descanso, cultura o relaciones familiares, lo cual los distingue de otros traslados que fueron generados por la guerra, migración comercio, entre otros.

Por su parte Khatchikian (2000) citado por Korstanje (2008) identifica tres etapas (pre-industrial, era moderna y turismo masivo) que enmarcan al turismo como un fenómeno que se ve impactado por cuestiones políticas, social y económica.

En la primera etapa se destacan dos acontecimientos que marcan la movilidad en ese momento, una de ellas es la Revolución Francesa y la otra es la Revolución industrial. Así mismo se hace mención que la segunda etapa tuvo como detonante la derrota de Napoleón en Waterloo, comprendiendo todo el siglo XIX hasta la primera Gran Guerra en 1914.

La tercera etapa, tiene sus inicios a mediados de 1950, unos años después de que terminara la segunda Guerra. El autor refiere con estas etapas, que estos acontecimientos fueron un detonante para que las personas buscaran movilizarse a

otros lugares para alejarse de los impactos de las guerras como primer momento del turismo.

En el mismo tenor Jiménez (1990) citado por Ardila (2015) señala que las dos principales escuelas del turismo son: histórico-evolutiva y la naturalista. Lo que plantea la histórico-evolutiva, es que el turismo no ha existido a lo largo de la historia y a la época anterior a su existencia se le denomina a-turística, mientras que al periodo de formación del turismo se nombra pre-turismo. La escuela naturalista, indica que esta etapa se dio con los primeros desplazamientos humanos.

En ese sentido Molina (2006) citado por Ardila (2015) plantea que ya hemos salido de la etapa turística y nos encontramos en el pos-turismo, esto por los diversos avances tecnológicos que permiten una nueva percepción del destino y del turismo en sí, aunado a esto la tecnología ha permitido que el turismo se vea beneficiado de sus bondades (facilidad de contratación de servicios turísticos, publicidad, etc.) cambiando también con ello la forma de oferta.

Actualmente, una tendencia muy visible es buscar "experimentar" y así lo refiere Biosphere (2022) cuando plantea que el turismo ya no se centra en los lugares de interés físico, sino en elementos intangibles como la cultura, el ambiente y el estilo de vida. Esto por la tendencia de las nuevas generaciones, cuyo comportamiento se basa en lo que vive la persona; la época, el contexto, los recursos que tiene a su disposición.

Este último elemento juega un papel importante, debido a que los jóvenes cuentan con herramientas tecnológicas y disponen de información masiva al instante, tienen a su alcance innumerables portales, plataformas y webs que les proporcionan una amplia gama turística, adaptada para todo tipo de necesidades.

Turismo en México

Partiendo de lo anterior podemos inferir que existen diversos conceptos de turismo y que con el transcurso del tiempo este se ha venido adecuando a las necesidades de los turistas, en este sentido la Secretaria de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT, 2017) presenta un modelo de los patrones que se han registrado en México después de la segunda guerra mundial:

El modelo industrial muestra una proliferación del turismo donde no se consideraban las externalidades de la actividad, el único objetivo era generar ganancias a través de

productos y servicios costosos, sin importar el desgaste que se generaba alrededor de la actividad turística.

El modelo posindustrial proponía una experiencia diferente del turismo, ofreciendo servicio de calidad variados, promoción de la cultura local, cuidado social y ambiental, la propuesta era más integradora y con un enfoque más sustentable. Por su parte el modelo alternativo es un reflejo de las exigencias globales, expresando una forma diferente de hacer turismo con un sentido plenamente sustentable.

De los países latinoamericanos, México es uno de los principales atractivos turísticos, su posición en el ranking de turismo internacional en 2017 fue el séptimo lugar por llegada de turistas internacionales al registrar 39.3 millones de visitantes, cifra superior en un 34.12% con respecto al 2014, así mismo, ocupó el decimoquinto lugar por ingresos de divisas por turismo al contabilizar 21.3 miles de millones de dólares, esto de acuerdo a informes de la Secretaría de Turismo.

México se mantuvo en el séptimo lugar hasta 2019, fue en 2020 que logro alcanzar el tercer lugar, con 24.3 millones de turistas y 11 mil millones de dólares como ingresos, de acuerdo a información presentada por la Secretaria de Turismo. Aun y cuando estas cantidades son menores a los años anteriores como consecuencia de la pandemia mundial, México se ha mantenido como los primeros atractivos turísticos mundiales.

Tabla No. 1:

Principales destinos en el mundo en función de la llegada de turistas

2017		2018		2019		2020 p/	
País	Millones de Turistas	País	Millones de turistas	País	Millones de turistas	País	Millones de Turistas
Total Mundial	1.347	Total Mundial	1.413	Total Mundial	1.466	Total Mundial	1.323
Francia	86.9	Francia	89.4	Francia	N.d.	Francia	N.d.
España	81.9	España	82.8	España	83.5	Italia	25.2
Estados Unidos	77.2	Estados Unidos	79.7	Estados Unidos	79.4	México	24.3
China	60.7	China	62.9	China	65.7	Estados Unidos	19.4
Italia	58.3	Italia	61.6	Italia	64.5	China	N.d.
Reino Unido	39.6	Turquía	45.8	Turquía	51.2	España	19.0
México	39.3	México	41.3	México	45.0	Turquía	15.9
Turquía	37.6	Alemania	38.9	Tailandia	39.8	Austria	15.1
Alemania	37.5	Reino	38.7	Alemania	39.6	Alemania	12.4

Tabla No. 1:
Principales destinos en el mundo en función de la llegada de turistas

2017		2018		2019		2020 p/	
País	Millones de Turistas	País	Millones de turistas	País	Millones de turistas	País	Millones de Turistas
Total Mundial	1.347	Total Mundial	1.413	Total Mundial	1.466	Total Mundial	1.323
		Unido					
Tailandia	35.6	Tailandia	38.2	Reino Unido	39.4	Polonia	8.4
Austria	29.5	Japón	31.2	Japón	31.9	Reino Unido	N.d.
Japón	28.7	Austria	30.8	Austria	31.9	Países Bajos	7.3
Hong Kong	27.9	Grecia	30.1	Grecia	31.3	Grecia	7.2
Grecia	27.2	Hong Kong	29.3	Malasia	26.1	Tailandia	6.7
Malasia	25.9	Malasia	25.8	Portugal	24.6	Portugal	6.5
Rusia	24.4	Rusia	24.6	Rusia	24.6	Rusia	6.4
Portugal	21.2	Portugal	22.8	Hong Kong	23.8	Malasia	4.3
Canadá	20.9	Canadá	21.1	Canadá	22.1	Japón	4.1
Polonia	18.4	Polonia	19.6	Polonia	21.2	Canadá	3.0
Países Bajos	17.9	Países Bajos	18.8	Países Bajos	20.1	Corea	13,3

FUENTE: SECTUR, 2021.

Por su gran diversidad de espacios turísticos y por las características propias de cada ciudad, Estados Unidos logro el cuarto lugar a nivel mundial en relación a la llegada de turistas, y el primer lugar por cantidad de divisas generadas por concepto de la actividad turística. En el 2021, según cifras preliminares de la SECTUR (2021), Estados Unidos contabilizó 76.1 miles de millones de dólares.

Adicionalmente a Estados Unidos, en el ranking mundial con relación al monto de divisas que se generan de los 25 países que forman ese selecto grupo también se ubican Francia y Australia, en segundo y tercer lugar con un ingreso de 32.6 y 25.8 de miles de millones de dólares, en ese orden. Los últimos tres lugares son para Grecia, Malasia y Hong Kong quienes contabilizaron 4.9, 3.0 y 2.8 miles de millones de dólares en orden de mención.

Tabla No. 2:
Principales destinos en el mundo en función de sus ingresos por turismo

2018		2019		2020	
País	MMD	País	MMD	País	MMD
Total Mundial	1.439	Total Mundial	1.465	Total Mundial	1.340
Estados Unidos	196.5	Estados Unidos	193.3	Estados Unidos	76.1
España	81.7	España	79.7	Francia	32.6
Francia	65.5	Francia	63.5	Australia	25.8
Tailandia	56.4	Tailandia	59.8	Alemania	22.1
Italia	49.3	Reino Unido	52.7	Italia	19.8
Reino Unido	48.6	Italia	49.6	Reino Unido	18.9
Australia	45.0	Japón	46.1	España	18.5
Alemania	43.0	Australia	45.7	China	14.2
Japón	42.1	Alemania	41.8	Tailandia	14.2
Macao (China)	40.7	Macao (China)	40.1	Austria	14.0
China	40.4	China	35.8	India	13.0
Hong Kong (China)	36.9	Emiratos Arabes Unidos	30.7	Emiratos Arabes Unidos	N.d.
India	28.6	India	30.7	Canadá	11.3
Canadá	26.9	Turquía	29.8	México	11.0
Turquía	25.2	Hong Kong (China)	28.9	Japón	10.7
Austria	23.1	Canadá	28.0	Corea, Rep. de	10.5
México	22.5	México	24.6	Turquía	10.2
Emiratos Arabes Unidos	21.4	Austria	22.9	Países Bajos	9.1
Singapur	20.4	Corea, Rep. de	20.9	Suiza	9.1
Portugal	20.1	Portugal	20.5	Portugal	8.9
Malasia	19.6	Grecia	20.4	Macao (China)	8.6
Grecia	19.0	Singapur	20.3	Singapur	5.2
Corea, Rep. de	18.6	Malasia	19.8	Grecia	4.9
Países Bajos	17.8	Países Bajos	18.6	Malasia	3.0
Suiza	18.0	Suiza	17.9	Hong Kong (China)	2.8

MMD.- Miles de millones de dólares
FUENTE: SECTUR, 2021.

La importancia de la actividad turística para México es considerable, esto al ser el único país latinoamericano que se ubica dentro del ranking de los 25 principales destinos a nivel mundial. De 2018 a 2020 logró subir dos peldaños al ubicarse en la posición número 15 en función de ingresos, esto al registrar entradas de 11.0 mil millones de dólares, cifra inferior en un 48.88% con respecto al 2018. Pero es importante señalar que los ingresos se vieron afectados en todos los países por consecuencia de la pandemia mundial.

Sin duda el turismo está cobrando gran fuerza tanto en México como en el mundo, y es por ello que han surgido distintos modelos de turismo, que pretenden cubrir las necesidades de los turistas que cada vez se diversifican más, uno de estos nuevos modelos es el turismo creativo, el cual trae consigo una perspectiva diferente de ver y hacer turismo, entre los cuales destacan “Los Pueblos Mágicos”.

Pueblos Mágicos y Turismo Creativo

El turismo creativo de acuerdo a Mansilla, Kiatkovski y Rossi (2021) ofrece la oportunidad de implementar la creatividad tanto como recurso para diseñar productos innovadores que cubran las necesidades del turista actual, como para ser parte primordial de la oferta turística. En el sentido de que en la actualidad la creatividad es una parte fundamental para afrontar las problemáticas del sector turístico.

La UNESCO creó en 2004 la Red de Ciudades Creativas con la intención de promover la cooperación entre las ciudades que asimilen la creatividad como factor determinante para el desarrollo sostenible. Esta Red tiene siete ejes creativos: Artesanía y Artes Populares, Arte Digital, Cine, Diseño, Gastronomía, Literatura y Música. El objetivo común es posicionar la creatividad y las industrias culturales en el centro de su plan de desarrollo local y cooperar activamente a nivel internacional en la materia (UNESCO, 2021).

Aunado al reconocimiento que le hacen al patrimonio cultural y las Ciudades Creativas de la UNESCO, México también cuenta con el Programa “Pueblos Mágicos”, que reconoce los atributos simbólicos de cada pueblo que los enmarca en esa “magia” que emanan cada una de sus manifestaciones socio-culturales, y que tienen un impacto hoy día en el aprovechamiento turístico (SECTUR, 2014).

Lo anterior expuesto se deriva de la manera de consumir, en general, incluido el consumo turístico, han cambiado en el actual contexto influido por distintos factores, así lo afirman Santamarina y Del Mármol (2017) citados por Mansilla, Kiatkovski y Rossi (2021) esto ha originado una transformación en la valorización de lo tangible e intangible, siendo este último de mayor relevancia.

Es por ello que se ha recurrido a ofertar la “Experiencia” como una estrategia creativa e innovadora, ejemplo de ello son las ciudades creativas y los Pueblos Mágicos, cuyo objetivo es generar nuevas oportunidades para aquellas actividades centradas en la creatividad, que incorporan la propiedad intelectual, la cultura, lo artístico y social. Para

esta investigación se retoma como objeto de estudio “Mocrito Pueblo Mágico” con la finalidad de identificar los factores de motivos de visita.

Mocorito es un vocablo cahita que significa “lugar de Gentes que hablan un dialecto de lengua cahita, o donde habitan los indios mayos o macoritos.” En 1594 se fundó la Misión de Mocorito por un par de Jesuitas, fue erigido Municipio por decreto en abril de 1915 (SECTUR, 2019).

Posee una diversidad de selva baja, sabana tropical, Montañoso y tierras agrícolas. La cocina se destaca por el chilorio inventado en Mocorito, el chorizo, palomas empanizadas, bizcochos, jamoncillos, quesos y muchas otras delicias que caracterizan la gastronomía del pueblo. A continuación, se muestran los principales atractivos y festividades de la localidad:

Tabla No. 3:

Principales atractivos y festividades de Mocorito

Atractivos		Festividades
Bandas Sinaloenses de Música	Plaza de los Tres Grandes	Carnaval
Campo de los Girasoles	Plazuela Miguel Hidalgo	Fiesta en San Benito Sinaloa
Carreras de caballos	Presidencia Municipal	Cerro Agudo
Centro Cultural Dr. José Ley Domínguez	Portal de los Peregrinos	La Purísima Concepción
Chilorio Express	San Benito	Carnaval
Fábrica Napo	Templo de la Purísima Concepción	Fiesta en San Benito Sinaloa
La casa de los mil cuadros	Ulama	Cerro Agudo
Museo de Historia Regional	Viernes de plaza	La Purísima Concepción
Río Mocorito	Parque Alameda	

Fuente: elaboración propia con base a SECTUR, 2019.

La suma de todos estos atributos son sin duda lo que caracteriza a Mocorito, mostrando con ello su cultura, tradición y sabor, lo cual le ha permitido mantenerse en el gusto de los turistas tanto nacionales e internacionales.

RESULTADOS

Los encuestados eligieron una de ocho motivaciones las cuales se retomaron de los distintivos que se les hacen a las ciudades creativas, los atributos objetivo de los Pueblos Mágicos y razones externas. La pregunta es “¿Cuál es su principal motivo de visita a Mocorito Pueblo Mágico? los diferentes factores de motivación se han codificado de la siguiente manera. MOTMARC: Mocorito Pueblo Mágico como marca turística; MOTCULT: Sitios y eventos culturales; MOTNATU: Belleza de naturaleza y

paisajes; MOTDIVEXP: Diversión y nuevas experiencias; MOTAMIFA: Visita familiares y amigos; MOTGAST: Gastronomía; MOTARTE: artesanías; MOTNEGO: Negocios, asistir a conferencias y seminarios.

Las variables con mayor frecuencia son MOTGAST, MOTDIVEXP y MOTCUL, lo que significa que la mayoría de los encuestados han estado de acuerdo en que estas han sido las principales motivaciones para visitar Mocorito. En particular, MOTGAST tiene la frecuencia más alta con un 26% lo que refiere que la mayoría de los encuestados respondieron que una motivación clave para visitar Mocorito era la gastronomía.

Estos datos se obtuvieron Después de aplicar 250 cuestionarios, tomados de una muestra por conveniencia, para posteriormente realizar el análisis de los factores determinantes para visitar Mocorito Pueblo Mágico, arrojando como resultado lo siguiente:

MOTMARC	MOTCULT	MOTNATU	MOTDIVEXP	MOTAMIFA	MOTGAST	MOTARTE	MOTNEGO
15.4 %	16.7 %	0 %	21.1 %	8.9 %	26%	0 %	0 %

FEMENINO	MASCULINO	16-25	26-35	36-45	46+
65%	35 %	20.7 %	15.9 %	24.8%	38.6 %

A pesar de que Mocorito tiene el distintivo de “Pueblo Mágico” y se pudiera intuir que es la motivación de mayor peso, en este estudio no es el factor principal de motivación para visitar el pueblo, de hecho, se encuentra en el cuarto lugar de motivos con un 15.4%. El primer lugar corresponde a la gastronomía con 26% y el segundo lugar diversión y nuevas experiencias con 21.1% Con ello es importante señalar que, aunado a los exquisitos platillos tradicionales, Mocorito cuenta con una gran variedad de establecimientos de comida que son muy concurridos por los turistas, así mismo las experiencias que oferta han logrado atraer una gran cantidad de personas al lugar.

El tercer lugar es ocupado por los sitios y eventos culturales con un 16.7%, esto muestra que el objetivo del programa de Pueblos Mágicos está latente, ya que este busca resaltar la identidad cultural de cada uno de los sitios que han logrado el distintivo. Sin embargo, en esta investigación no se logró identificar las artesanías como un factor importante, que se pudiera relacionar directamente con la identidad del sitio.

Otro elemento que mostro nulo interés, es la belleza de naturaleza y paisajes, aun y cuando el lugar goza de diversos panoramas campiranos, en esta ocasión no fue un factor determinante para ser considerado motivo de visita. Como factores secundarios

se cuestionó sobre el género y la edad, en donde predomina la respuesta del género femenino con un 65% y la edad reiterada fue 46 o más.

CONCLUSIONES

México por su gran diversidad de paisajes, resulta un atractivo turístico concurrido a nivel nacional e internacional y esto conlleva una gran responsabilidad con sus grupos de interés, es por ello que la nación mexicana ha procurado transitar hacia un turismo sustentable, que promueva, por una parte, los grandes destinos con los que cuenta, rescatando los atributos de cada región, su cultura y gastronomía. Por otro lado, que permita generar ingresos sin impactar negativamente, es por ello que se están implementando distintos modelos de turismo que susciten la armonía entre el crecimiento económico y el crecimiento social sin dañar o dañar lo menos posible al medio ambiente, logrando así la triada perfecta entre sociedad, economía y medio ambiente.

Los Pueblos Mágicos como una estrategia de turismo, está dando un giro al turismo, partiendo de las nuevas tendencias y necesidades de los turistas, que ahora son quienes están constituyendo el objetivo turístico, esto debido a que los jóvenes han crecido en una cultura educativa que involucra lo ambiental y social, dando como resultado valores que hasta ahora no estaban muy presentes en la industria turística.

Los distintos Pueblos Mágicos de México están buscando las estrategias que les permita implementar el turismo como una táctica de desarrollo económico, pero también como una oportunidad para mostrar al mundo sus bondades y atributos tanto culturales como artísticas, promoviendo con ello el progreso de sus habitantes, su contexto y patrimonio.

Mocorito es un claro ejemplo de ello, quien ha aumentado sus cifras de la siguiente manera: en 2017 recibió 40 mil visitantes dejando una derrama de 35 millones de pesos, en 2018 las visitas aumentaron a 43 mil visitantes con una derrama de aproximadamente 38 millones de pesos y por último en 2019 el total de visitas fueron alrededor de 120 mil visitantes con una derrama de 52 millones de pesos (Informe de Presidencia, 2020).

Es importante señalar que la pandemia trastocó este ritmo de avance, sin embargo, para 2020 al mes de diciembre, se contabilizó un total de 95 mil visitantes, dejando una derrama económica de 46 millones de pesos, a la fecha se sigue recuperando de la

pandemia con distintas estrategias, como los viernes de plaza, verbenas y fiestas populares, esperando con ello retomar el vuelo y seguir mostrando su belleza, arte y gastronomía al mundo.

LISTA DE REFERENCIAS

- Ardila, A. (2015). Turismo, los orígenes y significados. *Anuario Turismo y Sociedad*, (17), 143-153.
- Biosphere (2022) Biosphere Responsible Tourism Inc. Comunidad de entidades biosphere. En línea: <https://www.biospheretourism.com/assets/arxius/6df70f6d04c82492d326d12ea29ca810.pdf>
- Fúster, L. F. (1973). El tiempo libre en las urbanizaciones turísticas. *Estudios turísticos*, (38), 5-19.
- Gil, M. S. (2019). Creative tourism and opportunities for world heritage cities and magical towns in Mexico. *Journal of Tourism and Heritage Research*, 2(3), 44-64.
- Korstanje, M. (2008). Historia del turismo. *Pasos Revista de turismo y patrimonio cultural*, 6(3), 599-603.
- Mansilla, M. N. (2021). Turismo creativo: fundamentos y posibilidades de desarrollo en Argentina. *Revista de Turismo e Identidad*, 2(2), 125-153.
- Mansilla, M. N., Kiatkovski, M., & Rossi, B. (2021). Turismo creativo: fundamentos, fortalezas y debilidades como modalidad de turismo cultural diferencial. *GRAN TOUR, REVISTA DE INVESTIGACIONES TURÍSTICAS*, (24).
- Partida, F. Á., de Anda Sánchez, J., Guzmán, F. A. E., Elizondo, R. F., Astudillo, N. C. G., Hill, E. M., ... & Piombo, P. V. (2016). *Aportes a la sustentabilidad: Una mirada desde la gestión del territorio y los recursos naturales*. ITESO.
- Pulgarín, E. A. R. (2011). Evolución histórica del turismo. *Revista Vinculando*.
- SECTUR (2021). Secretaría de Turismo. "Portal del Sistema Nacional de Información Estadística y Geográfica de Turismo" en <https://www.gob.mx/sectur/acciones-y-programas/certificacion-turistica>
- SEMARNAT (2017). Secretaria de Medio Ambiente y Recursos Naturales. Cuadernos de divulgación ambiental. Turismo sustentable en México. Primera Edición. México, D.F. ISBN: En trámite.

Tourism Economics (2021) consultado en: <https://s3.amazonaws.com/tourism-economics/craft/Google-Mexico-FInal-Small-Spanish.pdf>

UNESCO (2021). Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. Ciudades Creativas, en: <https://es.unesco.org/ciudadescreativasmx>

UNWTO (2020). Organización Mundial del Turismo y las Naciones Unidas en: <https://www.unwto.org/es/codigo-etico-mundial-para-el-turismo>