

EVALUACIÓN MULTICRITERIO PARA DETERMINAR LA IDENTIDAD CULTURAL EN EL DESARROLLO TURÍSTICO DE CHOIX, SINALOA

Martín León Santiesteban*, Lizbeth Félix Miranda**, Jimmy Félix Armenta*** & Aida Alvarado Borrego****

Resumen: El objetivo de este estudio es proponer un modelo de evaluación de la identidad cultural mediante la evaluación multicriterio para el municipio de Choix, Sinaloa, México. Respecto al marco de referencia se analizan el concepto de identidad con un sentido de pertenencia colectiva, logrando comprender que dentro sus principales elementos se centran en los rasgos culturales, costumbres, tradiciones, manifestaciones religiosas, lengua, expresiones transmitidas en generaciones. Asimismo, se realiza una revisión de literatura, considerando que la identidad cultural, es fundamental para la implementación de estrategias para el impulso del turismo en una comunidad. Como parte del proceso metodológico se consideró el Análisis Multicriterio para la Toma de Decisiones basado el método de Suma Aditiva Ponderada el cual permite la incorporación de criterios de carácter cualitativo. Además, que permite constituir múltiples factores de los destinos turísticos y modelarlos de manera general. Los resultados permitieron con este método multicriterio diseñar un indicador compuesto para evaluar la potencialidad de la identidad cultural del municipio en el desarrollo turístico en lo urbano y rural al compararlas como alternativas. Como conclusión el método de análisis multicriterio permitió obtener los indicadores finales, proporcionando resultados útiles, al conocer la percepción de la población sobre la potencialidad turística y proporcionar información a los tomadores de decisiones.

Palabras clave: Identidad cultural; Desarrollo turístico; Análisis multicriterio en el turismo; Suma aditiva ponderada (SAW).

MULTICRITERIA EVALUATION TO DETERMINE CULTURAL IDENTITY IN THE TOURISM DEVELOPMENT OF CHOIX, SINALOA

Abstract: The objective of this study is to propose a model for the evaluation of cultural identity through multi-criteria evaluation for the municipality of Choix, Sinaloa, Mexico. Regarding the frame of reference, the concept of identity is analyzed with a sense of collective belonging, managing to understand that within its main elements are focused on cultural traits, customs, traditions, religious manifestations, language, expressions transmitted in generations. Likewise, a literature review is carried out, considering that cultural identity is fundamental for the implementation of strategies to promote tourism in a community. As part of the methodological process, the Multicriteria Analysis for Decision Making was considered, based on the Weighted Additive Sum method, which allows the incorporation of qualitative criteria. In addition, it allows to constitute multiple factors of tourist destinations and model them in a general way. The results allowed with this multi-criteria method to design a composite indicator to evaluate the potential of the cultural identity of the municipality in urban and rural tourism development by comparing them as alternatives. In conclusion, the multi-criteria analysis method allowed the final indicators to be obtained, providing useful results, by knowing the perception of the population about the tourism potential and providing information to decision-makers.

Keywords: Cultural identity; Tourism development; Multicriteria analysis in tourism; Additive weighting (SAW).

AVALIAÇÃO MULTICRITÉRIO PARA DETERMINAR A IDENTIDADE CULTURAL NO DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO DE CHOIX, SINALOA

Resumo: O objetivo deste estudo é propor um modelo para a avaliação da identidade cultural por meio da avaliação multicritério para o município de Choix, Sinaloa, México. No que se refere ao quadro de referência, o conceito de identidade é analisado com um sentimento de pertencimento coletivo, conseguindo compreender que dentro de seus principais elementos estão focados em traços culturais, costumes, tradições, manifestações religiosas, linguagem, expressões transmitidas em gerações. Da mesma forma, é realizada uma revisão da literatura, considerando que a identidade cultural é fundamental para a implementação de estratégias de promoção do turismo em uma comunidade. Como parte do processo metodológico, considerou-se a Análise Multicritério para a Tomada de Decisão, baseada no método da Soma Aditiva Ponderada, que permite a incorporação de critérios qualitativos. Além disso, permite constituir múltiplos fatores de destinos turísticos e modelá-los de forma geral. Os resultados permitiram com este método multicritério desenhar um indicador composto para avaliar o potencial da identidade cultural do município no desenvolvimento do turismo urbano e rural, comparando-os como alternativas. Conclui-se que o método de análise multicritério permitiu obter os indicadores finais, fornecendo resultados úteis, conhecendo a percepção da população sobre o potencial turístico e fornecendo informações aos tomadores de decisão.

Palavras-chave: Identidade cultural; Desenvolvimento do turismo; Análise multicritério no turismo; Soma ponderada aditiva (SAW).

HOW TO CITE: Santiesteban, L. M.; Félix Miranda, L., Félix Armenta, J., & Alvarado Borrego, A. Evaluación Multicriterio para Determinar la Identidad Cultural en el Desarrollo Turístico de Choix, Sinaloa. *Latin American Journal of Tourismology*, 10(Regular Issue). Retrieved from <https://periodicos.ufjf.br/index.php/rlaturismologia/article/view/43595>
DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.13975484>



Licenciada por Creative Commons
Atribuição Não Comercial / Sem
Derivações/ 4.0 / Internacional

* Doctorado en Gestión del Turismo, Unidad Mazatlán, Universidad de Occidente, con Maestría en Gestión y Políticas Públicas, Universidad de Occidente y Licenciatura en Economía, Universidad Autónoma de Sinaloa. Integrante del Sistema Nacional de Investigadores Nivel (SIN) 1, Reconocido con perfil deseable en el Programa de Mejoramiento del Profesorado de la Secretaría de Educación Pública. Integrante del Sistema Sinaloense de Investigadores y Tecnólogos. Profesor de tiempo completo de la Universidad Autónoma de Occidente. Dirección actual: Blvd. Lola Beltrán, Km. 1.5., Col. 4 de marzo. Culiacán, Sinaloa, México. CP 80000. Cel: +52 (667) 183 0462. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8632-3833> | martin.leon@uadeo.mx |

** Doctora en Gestión de Turismo por la Universidad de Occidente Unidad Mazatlán adscrito al PNPIC en CONACYT. Profesor investigador adscrito al posgrado de la Universidad Autónoma Indígena de México. Actualmente Directora de Posgrado en la Coordinación General de Investigación y Posgrado. Líder del cuerpo académico denominado Desarrollo, Turismo y Patrimonio Cultural indígena. Candidata SNI (2012-2015). Dirección actual: calle Plata #392 Residencial Los Viñedos, Los Mochis, Ahome, Sinaloa. CP81228. Cel: +52 (668) 170 1396. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8295-5470> | lizbethfelix@uaim.edu.mx |

*** Dr. en Economía y Negocios Internacionales por la Universidad Autónoma Indígena de México, Maestro en Economía por la Universidad de Guadalajara y Licenciado en Economía por la Universidad Autónoma de Sinaloa. Profesor investigador de la Universidad Autónoma de Sinaloa. Miembro del Sistema Sinaloense de Investigadores y Tecnólogos (SSIT). Miembro del SNI a nivel Candidato. Dirección actual: Fuente de Cristal 2334, Fuentes del Bosque, 81229 Los Mochis, Sin. Cel: +52 (668) 816 0320. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3520-7795> | jimmy.felix@uas.edu.mx |

**** Doctora en Estudios Organizacionales por la Universidad Autónoma Metropolitana, Posdoctorado en Ciencias Sociales por la Universidad Autónoma de Sinaloa, Maestría en Comunicación para el Desarrollo Social por la Universidad de Occidente, Licenciatura en Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Occidente. Más de 30 años como Profesora Investigadora en la Universidad Autónoma de Occidente. Cuenta con publicaciones científicas, direcciones de tesis de licenciatura y posgrado. Investigadora Honorífica del Sistema Sinaloense de Investigadores y Tecnólogos, pertenece al SNI nivel 1, del Consejo Nacional de Humanidades, Ciencias y Tecnologías. Es Profesora Investigadora de la Universidad Autónoma Indígena de México. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1228-5333> | aidaalvarado@uaim.edu.mx |

1 INTRODUCCIÓN

El municipio de Choix está ubicado en la zona norte del Estado de Sinaloa, al norte colinda con los Estados de Sonora y Chihuahua; al este con el Municipio de El Fuerte y el Estado de Chihuahua; al sur con el municipio de El Fuerte; al oeste con el Estado de Sonora y el municipio de El Fuerte. Su altitud se encuentra entre los 100 y 2,200 metros sobre el nivel del mar (INEGI, 2020). Además, se considera que tiene niveles moderados de marginación urbana y niveles moderados de rezago social.

De acuerdo a datos publicados por el Censo de Población y Vivienda del Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, INEGI (2020), Choix cuenta con una población de 29,334 habitantes, siendo 14,889 hombres y 14,445 mujeres, distribuidos en 313 localidades, vinculados a una organización política administrativa conformada por 9 sindicaturas que son: La Central, Los Pozos, Baca, San Javier, Los Picachos, Aguacaliente Grande, Baymena, Yecorato y Bacayopa. Cabe señalar que de este conjunto de localidades únicamente la cabecera municipal es centro urbano (CONEVAL, 2023).

Sin embargo, el gobierno municipal de Choix históricamente ha realizado grandes esfuerzos para promover e invertir en educación, estos no han sido suficientes para satisfacer las necesidades de los residentes, por lo que la mayoría de los estudiantes abandonan sus lugares de origen para estudiar en otras localidades o simplemente interrumpen sus estudios para trabajar. Esto se refleja en un rezago educativo, que afectó al 30.8% de la población en 2020, lo que significa que 7,838 personas tenían esa carencia social.

En este sentido, el número de personas de 3 años y más que hablan al menos una lengua indígena es de 1,100 lo que representa el 3.74% del total de la población del municipio. Las lenguas indígenas más habladas son Tarahumara (760 habitantes), Mayo (316 habitantes), correspondientes al 82% y 17.1% respectivamente y No especificado (15 habitantes). En tanto, el 6.88% de la población se identifica como afromexicana, negra o afrodescendiente. Además, el 6.8% de la población presenta algún tipo de discapacidad (INEGI, 2020).

Por otro lado, dentro de las actividades productivas con mayor relevancia que se desarrollan en el municipio se encuentran la ganadería; la agricultura que tiene como principales productos de siembra ajonjolí y cacahuate; el turismo; la pesca; el comercio; la artesanía en donde algunos artesanos fabrican ladrillo, talabartería y alimentos tradicionales. Además, se tienen servicios como: herreros, panaderos, vulcanizadores, costureras, mecánicos, carpinteros, entre otros.

Ante este escenario, el turismo constituye una alternativa que permite promover el desarrollo y la diversificación económica del municipio de Choix. Considerando que el turismo genera progreso en un determinado territorio que posee sus propias particularidades en cuanto a geografía, naturaleza, cultura, sociedad, economía e instituciones, y que se basa en los diversos atractivos que ofrece el destino (Yáñez & Armendáriz, 2024).

En este sentido, según la Alcaldía de Choix (2021), se precisa que la riqueza en historia, cultura y tradición son un gran distintivo del municipio que le permite no solo ser una entidad receptora de vivencias y espacios para todos aquellos habitantes que deseen expresar su arte, aportar ideas y generar cultura para el bien común de la sociedad. Esta visión es apoyada por (Shennan, 2003), quien enfatiza que la cultura se ha convertido en el propósito del desarrollo, pero para lograrlo en la práctica es necesario tener un conocimiento claro de las dinámicas, tendencias, fortalezas y debilidades del sector y de la esfera cultural.

El artículo se encuentra dividido en cuatro secciones además de esta introducción. Se realiza una revisión de literatura sobre los modelos de desarrollo turístico, explicando las diferencias entre las propuestas de distintos autores y teniendo en cuenta que la identidad cultural juega un papel crucial en la implementación de estrategias de promoción turística comunitaria. Enseguida, se muestran los aspectos metodológicos, específicamente se describen las principales características del método multicriterio. Seguido, se presentan y discuten los resultados obtenidos. Finalmente, se incluyen las conclusiones del estudio.

2 MARCO DE REFERENCIA

2.1 Identidad

La identidad, marca el espacio único y particular de un escenario; ya sea del ser humano, sociedad, comunidad, etc., ya que representa su naturaleza y condición para desarrollarse y potenciar sus características, áreas de oportunidad y su visión de futuro. El diccionario de la real academia española (RAE), (2023) define identidad como: la conciencia que un individuo o grupo de personas tiene de sí mismo, así como su diferenciación respecto a otros.

Tal como lo expresa Molano (2007), desde los enfoques sociológicos y antropológicos la identidad se presenta como la identificación o el sentido de pertenencia a un grupo particular basado en diversas categorías culturales, incluyendo nacionalidad, etnia, raza, género y religión. La identidad cultural no se concibe sin la cualidad de identificar el pasado, sin los recuerdos y sin aquellas piezas simbólicas que le son inherentes y que le permiten edificar el futuro, por ello se suele expresar que la identidad se encuentra vinculada al patrimonio cultural y a la historia.

¿Qué es la identidad? La identidad cultural se construye y se sostiene mediante el intercambio de conocimientos colectivos, como tradiciones, normas, costumbres, herencias y lenguas, así como aspectos estéticos, Mounk (2018) citado por Londoño y Guzmán, (2023) señala que es esencial para la cohesión social, aunque también puede ser utilizada para crear divisiones y tensiones, evidenciando su naturaleza dual como un factor de unidad y desunión.

En otros estudios se consideraba que la identificación con grupos culturales era evidente y estable, actualmente se entiende como algo contextual, sujeto a cambios temporales y espaciales. Bauman (2000) introduce el concepto de "identidades líquidas", argumentando que, en el contexto contemporáneo, las

identidades son cada vez más inestables y cambiantes, reflejando la realidad de la globalización y se expresa de manera constante, se negocia, se preserva y se desafía a través de prácticas comunicativas. Dentro de estas expresiones culturales se encuentran las artesanías, la gastronomía, los valores, las creencias y la medicina tradicional (Romero, 2005).

Sin embargo, desarrollar una identidad distintiva y crear objetivos claros son factores decisivos que permiten un desarrollo humano favorable. Para comprender verdaderamente cómo funciona este proceso en la vida real, se requiere analizar la relación entre la sociedad y la formación y negociación de la identidad durante los primeros años del ser humano. La formación de la identidad se encuentra vinculada con las expectativas de lo que representa ser hombre o mujer, anciano o joven, indígena o blanco, en diferentes entornos.

La importancia y el significado relativos de estas categorías están determinados por la comunidad del joven y la sociedad. Resulta evidente que identificarse con la propia herencia y desarrollar una fuerte identidad cultural es de gran relevancia. Por ello, la identidad cultural incluye el reconocimiento de los propios atributos culturales entre los que destacan los valores, las creencias, las prácticas, las normas y las tradiciones (Wexler, 2009).

2.2 Identidad Cultural

Por su parte Navarro-Hoyos (2022), señala que la identidad cultural se encuentra integrada a un territorio con un marcado sustento de lo que sucede en el exterior. Así, la identidad cultural de una persona se forma en relación con los demás dentro de un contexto social particular. El diálogo intercultural juega un papel fundamental en la construcción de la identidad cultural, ya que permite a los individuos reconocer tanto las similitudes como las diferencias con los otros, ayudándoles a definir quiénes son.

Este diálogo crea un espacio en el que la identidad cultural se redefine y se negocia de manera constante. En este sentido, González (2020) plantea que una característica inherente a la identidad está relacionada con los atributos de ser anónimo e inmaterial, ya que son resultado de la colectividad.

La identidad cultural representa el pasado, presente y futuro de una comunidad, de un colectivo y también en el escenario individual. Se expresa en ella las raíces de lo que hoy integra a ese conglomerado que trabaja por preservar lo que lo identifica y hace diferente a las demás localidades de su entorno; llámense actividades económicas, sociales, culturales, políticas; entre otras, todas ellas encaminadas a generar el bienestar común y solidario del pueblo en donde se encuentran sus manifestaciones gastronómicas, folklóricas, festividades, monumentos emblemáticos, expresiones orales, artesanías, materiales de construcción y sus fachadas, entre otras.

Al respecto, Satorre (2015) señala que cada localidad tiene delimitada una identidad a partir de determinados rasgos y características. De tal manera que los pueblos suelen desarrollar personalidades distintas debido a una combinación de factores históricos, culturales y sociales. Los acontecimientos

históricos, como la fundación de la ciudad, su desarrollo económico y sus interacciones con las comunidades vecinas, pueden moldear su identidad.

Además, las tradiciones culturales únicas, las industrias locales y los valores comunitarios contribuyen a la personalidad distintiva de la localidad. La dinámica social, incluida la influencia de individuos o familias prominentes, así como la respuesta del pueblo a los cambios externos, también desempeñan un papel importante. Todos estos factores se combinan para darle a cada pueblo su carácter único, incluso si se encuentran en la misma zona geográfica.

El mismo autor señala que el patrimonio cultural inmaterial, que abarca todas las expresiones no materiales de la cultura, refleja la riqueza del patrimonio vivo de la humanidad y es el principal vehículo de la diversidad cultural. En tiempos recientes, la comunidad internacional ha reconocido que este patrimonio necesita y merece protección a nivel global, lo que llevó a un proceso legal que culminó con la adopción de la Convención de la UNESCO sobre la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial en 2003.

Esta Convención destaca correctamente los principales elementos del PCI y se basa en la justificación filosófica correcta, pero su parte operativa —estructurada según el modelo proporcionado por la Convención del Patrimonio Mundial de 1972— parece ser inadecuada para garantizar una salvaguardia adecuada de las especificidades del patrimonio inmaterial.

Por ello, patrimonio cultural inmaterial representa un componente de los derechos humanos culturales y un requisito previo esencial para asegurar la efectiva realización y disfrute de los derechos individuales y colectivos de sus creadores y titulares. La identidad cultural refleja los saberes de un territorio, además de las expresiones de sus patrimonios materiales e inmateriales que hacen único a esa comunidad, de ahí recoger, analizar y explicar las potencialidades de la identidad cultural hacia el desarrollo turístico de un espacio geográfico.

Las discusiones teóricas en torno al turismo y la identidad cultural de un contexto dan expresión y presencia a lo que acontece en un país; ya que han sido producto de investigaciones de campo, historias de vida, recorridos turísticos, de los escenarios naturales que posee cada región, etc.; de tal forma que se construyen paradigmas alrededor de estas manifestaciones culturales y turísticas, que muestran la identidad que les caracteriza (Molano, 2007).

Por lo tanto, una región para ser un destino turístico tendrá las condiciones de crecer en ese sector, una vez que logre identificar sus áreas de oportunidad de desarrollo socioeconómico, considerando los servicios y productos que puede ofrecer al turista.

En el trabajo realizado por Pimentel (2022) lleva a cabo un análisis del turismo visto como una estrategia de política pública en Ecuador. En esta dirección, señala que la corriente clásica de los estudios geopolíticos en los que los actores estatales son determinantes para impulsar la agenda política.

Por ello, al turismo se le percibe como estrategia que permite generar empleos y aumentar el PIB lo que permite incrementar los ingresos de la población. Dentro de los hallazgos encontrados por el autor señala que el gobierno de Ecuador plantea que se deben de fomentar en mayor medida las actividades turísticas que incentiven un cambio en la estructura productiva de la economía.

En tanto, en la investigación realizada por Pimentel et al. (2019) plantean un estudio en Brasil sobre las propuestas aplicadas y la percepción que se tiene sobre el Consejo Municipal de Turismo (COMTUR) en la localidad de Minas Gerais durante el periodo 2011-2015. Para ello, emplean un análisis de tipo documental a través de entrevistas, reportajes, documentos institucionales, actas de reuniones y notas de prensa.

Dentro de los principales resultados obtenidos, los autores identifican una escasa participación del Consejo, lo cual se traduce en una cantidad mínima de propuestas y, en consecuencia, una fragilidad institucional por parte del COMTUR al no lograr una mayor inclusión.

Por su parte, en el trabajo desarrollado por Bourdieu (1996) propone un modelo para analizar las relaciones de preferencias y decisiones según su condición o perspectivas en los ámbitos económico, cultural y político de acuerdo a trayectorias específicas y a las cantidades de recursos que poseen. En este sentido, Bourdieu (2004) ofrece una visión clara y amplia a través de una discusión crítica sobre la relevancia en diferentes áreas temáticas de las ciencias sociales y las humanidades.

En su estudio, muestra cómo la diferenciación de los dominios de la actividad humana que acompañan el proceso de modernización de las sociedades conduce a la creación de espacios sociales con legitimidad y funcionamiento específicos.

A partir de este estudio, los investigadores del turismo, gestores políticos, y los diversos actores de una comunidad, les permitirá proponer y avanzar en temas de políticas públicas, estudios organizacionales y económicos; así como en la gestión del turismo, con el diseño e implementación de programas y proyectos estratégicos para fortalecer y socializar la identidad cultural de las localidades a partir de variables o factores del turismo que expresen cómo y cuáles son las manifestaciones y productos ancla que hacen única a las comunidades.

Algunos de los retos en las perspectivas teóricas presentadas, son las discusiones entre las distintas disciplinas que integren investigaciones empíricas y de corte teórico, para la recuperación de estudios en contextos de identidad cultural y turismo en las regiones latinoamericanas.

2.3 Los modelos de desarrollo y gestión turística.

El desarrollo turístico depende de diversos factores, y los enfoques pueden variar desde perspectivas económicas y culturales hasta consideraciones ambientales y sociales. Además, la tecnología y la sostenibilidad están emergiendo como

temas cada vez más relevantes en la discusión sobre el futuro del turismo (Gambarota & Lorda, 2017).

Para lograr el desarrollo del turismo en una región o destino es necesario que se comprenda su estructura espacial y a través del diseño un modelo se puede describir y obtener una cantidad de elementos importantes y según Leiper (1995) son tres elementos la imagen y elementos de información, los atractivos y servicios turísticos y el turista.

De igual forma, el comportamiento turístico como la oferta y la demanda en el turismo son factores que pueden generalizar los modelos de desarrollo turístico e inducen a plantear un patrón o modelo en un destino o región determinado (Hiernaux et al., 2002). Gutiérrez et al. (2013) señalan que las diferencias entre los elementos del sistema turístico generan los distintos modelos de desarrollo turístico. Estos se distinguen por varios elementos clave que garantizan un crecimiento equilibrado y sostenible.

El definir de manera clara los propósitos y objetivos a largo plazo del desarrollo turístico en una región y realizar un diagnóstico de los factores económicos, sociales, culturales y ambientales que afectan al turismo en la zona, permite enfocar las actividades turísticas hacia la sostenibilidad y buscar minimizar el impacto ambiental, así como promover la conservación de los recursos naturales y culturales. Además, de la creación de una variedad de productos y experiencias turísticas para atraer diferentes segmentos de mercado.

Sin embargo, para lograr el desarrollo de la comunidad y preservar la identidad cultural es necesario el involucramiento de la comunidad con una participación de los residentes locales en la planificación y gestión, asegurando que se beneficien del turismo. Así como el desarrollo adecuado de infraestructura, como transporte, alojamiento y servicios básicos, para soportar el flujo turístico y la implementación de estrategias de marketing y promoción para dar a conocer el destino y sus atractivos, utilizando herramientas efectivas.

De igual forma, se necesita fomentar estrategias de formación y capacitación en la comunidad para el desarrollo de habilidades para mejorar la calidad de los diferentes actores que intervienen en la actividad turística, impulsar la colaboración y alianzas con el establecimiento de redes entre diferentes actores, como empresas, gobierno y organizaciones locales, para potenciar el desarrollo, también es fundamental fomentar el monitoreo y la evaluación del turismo a través, de la implementación de sistemas para medir su impacto y ajustar las estrategias según los resultados obtenidos, e incorporar nuevas tecnologías para mejorar la experiencia del visitante y la gestión del destino.

Estos elementos, combinados de manera efectiva, permiten un desarrollo turístico que sea beneficioso tanto para los turistas como para las comunidades locales y el medio ambiente. No obstante, dado que los tipos ideales de turismo casi nunca se manifiestan en la práctica, resulta más adecuado hablar de empresas o destinos concretos que se alinean o se aproximan a un modelo particular, por lo que es

importante identificar el modelo de desarrollo turístico de un destino con la finalidad de hacer una caracterización de los principales factores que lo integran.

Por otra parte, los modelos turísticos tradicionales han presentado diversas dificultades y cambios necesarios de actualización para superar los retos que enfrentan el día a día, la cual debe ser diversificada y complementar las actividades considerando su oferta y demanda turística, esto implica la implantación de nuevas estrategias de desarrollo territorial (Gambarota & Lorda, 2017).

Por su parte, Panosso y Lohmann (2012), sustentan una revisión teórica de artículos y libros publicados en inglés y encontró cerca de 150 modelos de estudio del turismo; los modelos encontrados se dividen en tres grupos, los teóricos, los procesos de planeación y gerenciamiento y los de precisión.

Además, señalan que recientemente otros investigadores han empezado a buscar otras formas y otras teorías para analizar el turismo; esto ha dado lugar al surgimiento de análisis innovadores, como la aplicación de la teoría de los rizomas, de la complejidad y de la fenomenología.

Entre los modelos de desarrollo turísticos investigados del análisis de estos autores se encuentran: el modelo segregado, integrado e intermedio de Hiernaux et al. (2002), el modelo enclave, tradicional y alternativo de Collado Medina (2006), el modelo existencial de la sociedad industrial de Krippendorf, el modelo Interdisciplinar de Jafari y Ritchie (1981), la teoría del espacio turístico de Boullón (2006), el modelo industrial de Molina (2004), el modelo Alternativo de Turismo, el posturismo de Molina (2006), el modelo de Desarrollo Turístico Sustentable (OMT, 1995), el modelo de Palhares (2002), el modelo de Lundgren (Pearse, 2003), entre otros. Por otra parte, Thomas (1998), estudia los modelos de desarrollo turístico en el mediterráneo.

De igual forma, Olivares (2006) analiza el modelo turístico de carácter sistémico e integrado como facilitador del desarrollo en los países Centroamericanos, finalmente, se encontró en la revisión de literatura que los modelos turísticos han evolucionado juntamente con la demanda y la globalización, por esta razón el surgimiento del enfoque de "inteligente" da respuesta a problemas y enfatizar en la eficiencia (Celdrán-Bernabeu et al., 2018). Comprende una visión holística que aplica el uso de la tecnología para la mejora de la calidad de vida y la accesibilidad de sus habitantes y asegura un desarrollo sustentable económico, social y ambiental en mejora permanente (Arevalo, 2020).

Es importante resaltar, que el conocer y entender el modelo de desarrollo turístico de una localidad, facilita la caracterización y el diagnóstico de la situación actual que vive el destino, encontrando las fortalezas y debilidades, para poder implementar estrategias que ayuden a resolver las problemáticas identificadas y fomentar el turismo que se podrá dirigir hacia la creación de infraestructura que permita mejorar los servicios turísticos, realizar un cambio estructural en el sistema productivo local al considerar factores

económicos, sociales, ambientales, culturales, políticos e institucionales para elevar la calidad de vida de la población local (Mcintosh & Gupta, 1993).

Por lo que los modelos de desarrollo turístico estudiados por los diversos autores, muestran la diversidad en el comportamiento del fenómeno del turismo, explican las formas en que se desarrolla, aplicadas en diferentes contextos, con características muy particulares para cada región o localidad y consideran una variedad de elementos, para cada caso.

Sirven de base para caracterizar el modelo de desarrollo turístico de un área geográfica en particular, asimismo como base para diseñar y crear nuevos modelos, que permitan multiplicar o generalizar ideas al considerar los resultados de los diagnósticos y su contexto, su importancia radica en la capacidad que poseen para simplificar situaciones o fenómenos complejos y constituyen un medio de pensamiento científico (Llupart et al., 2019).

En el mismo orden de ideas, se coincide con Pearce (2016), en que los modelos para la gestión turística permiten mejorar la organización de las fases de un proyecto. Asimismo, contribuyen a promover prácticas responsables que aseguran beneficiar a la comunidad local al mejorar la calidad de vida, el empleo y el desarrollo local, busca conservar los recursos naturales, culturales, sus costumbres y tradiciones.

Además, fomenta la inclusión y la toma de decisiones, fortaleciendo su apoyo al turismo. Por otro lado, el emplear modelos de gestión aumenta la competitividad del destino, lo que genera un mayor flujo de turistas, proporciona experiencias que cumplen con las expectativas de manera más auténtica y obtiene una gestión ordenada y busca respetar la capacidad de carga a través de una planificación efectiva.

Según el enfoque de estos factores citados por Pearce (2016), la articulación de las relaciones entre ellos y la configuración del modelo es posible identificar cuatro clases de modelos de gestión de destinos: Los generales o sistemas; los de procesos; de funciones y los organizacionales.

De igual forma, la investigación de Fernández y Ganchoso (2023), tuvo como objetivo crear un modelo estratégico que potencie la asociatividad en los emprendimientos de turismo comunitario en la provincia de Manabí, Ecuador. Para ello, se llevó a cabo un análisis del impacto del turismo comunitario, la evaluación de enfoques asociativos para el desarrollo organizacional y la planificación de acciones correspondientes al modelo estratégico. Se consideró que los modelos estratégicos son la sistematización de ideas y procesos que fortalecen un sector con diversas oportunidades, el cual requiere una mayor consolidación y comercialización.

Las autoras utilizaron una metodología exploratoria y descriptiva, enfocándose en la recolección de datos sobre el contexto socioeconómico de las comunidades, manejando métodos analítico-sintéticos y técnicas como la observación a través de fichas y mesas de trabajo.

Se identificó la necesidad de mejorar de forma continua los servicios e infraestructuras turísticas en las comunidades, así como de promover la participación de los actores comunitarios en la planificación de proyectos y oportunidades comerciales. Esto busca aumentar el número de beneficiarios del turismo comunitario, que podrán ser aprovechados por varias comunidades en Manabí, contribuyendo al valor cultural que se generará en las localidades que elijan el turismo como motor de desarrollo.

Por otra parte, Ajay y Babu (2022), consideran en su estudio que el sector artesanal de la India atrae a millones de turistas internacionales y es crucial para el desarrollo rural del país, además de ser uno de los principales aportes a su economía informal. Aparte de su consumo interno, la artesanía se considera un producto turístico significativo.

Este manuscrito analiza la situación actual del sector en un marco histórico, explorando los desafíos persistentes y emergentes, y propone estrategias sostenibles para su revitalización. A lo largo de su historia, la India ha experimentado diversos sistemas de gobierno y cambios sociales, pero la artesanía ha mantenido su relevancia a pesar de estas transformaciones.

Al vincular economía, sociedad, turismo y cultura, los autores buscan redefinir la narrativa de la artesanía como un elemento que da sentido y propósito a la identidad india, posicionándola como un producto turístico distintivo que proporciona una clara ventaja competitiva para el país.

Al realizar investigación sobre los diversos modelos de desarrollo y gestión turística esto permitió identificar y analizar los elementos esenciales y factores que determinan el crecimiento de la actividad turística en una comunidad o destino turístico, por lo que es fundamental considerarlos a partir de realizar un diagnóstico que permita formular estrategias de mejora que se puedan implementar tomando en cuenta el contexto, el aprovechamiento de sus recursos turísticos y su identidad cultural, siendo necesario utilizar o adecuar el que más beneficie a la población de la comunidad de manera integral.

2.4 La importancia de los modelos para evaluar la identidad cultural

La medición de la identidad cultural es crucial debido a su influencia en el bienestar mental y el funcionamiento tanto individual como social de las personas, está estrechamente relacionada con conceptos clave, como religión, actitudes hacia la familia, ocio, rituales, comida e idioma. La medición de la identidad cultural puede ser complicada, por lo cual es importante contar con un instrumento multifacético para entenderla mejor (Bhugra et al., 1999).

Una forma de hacerlo es a través de modelos, creando indicadores que permitan entender mejor las representaciones de la realidad, facilita la comprensión, de forma clara y sencilla, de la relación que se establecen entre las distintas variables. La medición de la identidad cultural en el turismo se refiere a cómo se puede evaluar y valorar la cultura de un lugar en el contexto de su desarrollo turístico. Esta medición es crucial para garantizar que el turismo no solo genere

beneficios económicos, sino que también respete y preserve las tradiciones y la cultura local.

La identidad cultural señala Vallejo (2003) es vista como un recurso turístico que influye en las experiencias de los visitantes que se refleja en la autenticidad cultural, y se visualiza como un factor de atracción para el desarrollo de la actividad turística y esta influye sobre las prácticas y el uso del tiempo libre de las personas que poseen dicha identidad.

Por otro lado, Cohen (1988) señala que el turismo puede tener un impacto significativo en la identidad cultural, ya que puede llevar a la comercialización de tradiciones y costumbres. Por tanto, es esencial contar con herramientas que permitan medir la percepción y el valor de la identidad cultural en el turismo.

Por lo tanto, los modelos de medición son muy importantes para la toma de decisiones en los destinos turísticos, así como de la articulación con las personas y comunidades de estos; un caso específico que muestra esta relevancia da cuenta del proceso de gestión turística municipal integrada y participativa en el Municipio de Zaña, en el año 2017, el cual, ha revelado que el 56% de las personas encuestadas desconocen y no están de acuerdo con el proceso de planificación turística, lo que indica una falta de participación comunitaria en la toma de decisiones (Ylatoma, 2018).

Para ello, se ha creado un modelo de gestión turística municipal integrada y participativa que fortalece la oferta turística cultural y contribuye al desarrollo económico y social local, validado por expertos. La implementación de este modelo busca mejorar la participación y conocimiento de la comunidad en los temas turísticos y promover un turismo sostenible en el área (Ylatoma, 2018).

Estos modelos deben tener en cuenta los componentes del producto turístico que fomenten la identidad cultural y la participación de la comunidad en la toma de decisiones relacionadas con el turismo. Mismos que pueden ser fundamentales para promover el desarrollo del turismo de manera ordenada, sostenible y responsable, al tiempo que se fomenta el desarrollo local y se preserva la identidad cultural.

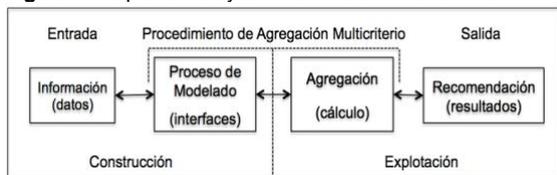
En este contexto, al examinar la gran cantidad de indicadores disponibles para evaluar la identidad cultural, se evidencia la complejidad que implica cuantificar los destinos turísticos, debido a su naturaleza multidimensional y a la falta de acuerdo sobre cuáles indicadores son los más apropiados. Ante esta realidad, es esencial comprender las características del destino turístico, así como las particularidades, motivaciones, preferencias y necesidades de los distintos segmentos turísticos.

3 PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO

En este apartado, se describen los instrumentos y métodos empleados para recolectar información y determinar el nivel de identidad cultural en las localidades del municipio de Choix, las cuales se encuentran interconectadas por su influencia y similitudes compartidas en términos de vocación, tradiciones y costumbres.

Por lo tanto, considerando el planteamiento de Bartolini et al. (2005), se realiza una propuesta metodológica para llevar a cabo el proceso de análisis, el cual pueda utilizarse con fines de toma de decisiones, por lo que este enfoque de análisis multicriterio requiere de hacerse en dos fases: 1) construcción y 2) explotación, tal y como se presenta en la ilustración 1.

Figura 1. Esquema de ayuda a la Decisión Multicriterio.



Nota: elaboración basados en Bartolini et al. (2005).

En este sentido, el proceso de ayuda a la decisión multicriterio, se desarrolla mediante una serie de pasos que se identifican en este estudio.

3.1 Método

Para ello, se diseñaron técnicas de investigación documental y trabajo de campo, con un enfoque cuantitativo. Los datos fueron recabados mediante encuestas en el ámbito urbano y rural, por lo que, una vez recogidos, se realizó el análisis y se elaboraron los resultados que se presentan.

Por lo tanto, el diseño del instrumento estuvo compuesto por 20 ítems cerradas y agrupadas en cuatro secciones. La primera recopila información sociodemográfica de los residentes del municipio de Choix, en la sección dos se hace referencia a las tradiciones gastronómicas, cultural y religión, en la tercera sección el nivel de percepción que tienen los residentes con relación al destino y por último tres ítems de respuesta abierta.

3.2 Recopilación de datos

La muestra, se realizó a través del diseño probabilístico, considerando como marco muestral a la población residente y empresarios del municipio. Se contempló un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 6%, lo anterior, garantizó que todas las personas tuvieran la misma posibilidad de ser seleccionadas de manera aleatoria. Para la recolección de datos, se aplicaron 267 cuestionarios escritos de forma directa a residentes de la ciudad.

La distribución de la muestra de encuestados que respondieron se muestra en la Tabla 1.

Tabla 1. Distribución de la muestra.

| Sector | Porcentaje |
|-----------|------------|
| Rural | 20.3 |
| Urbano | 79.7 |
| Sexo | |
| Femenino | 66.9 |
| Masculino | 33.1 |
| Edad | |
| 18-25 | 42.37 |
| 26-32 | 19.49 |
| 33-39 | 17.37 |
| 40-46 | 9.32 |
| 47-53 | 6.36 |
| 53-60 | 3.81 |
| 61 a más | 1.27 |

Nota: elaboración propia.

3.3 Organización de los datos

Los resultados se analizaron en tres etapas. En la primera se realizó la captura de los datos relacionados con las preguntas del cuestionario. Posteriormente se calculó la frecuencia relativa de las respuestas utilizando la hoja electrónica de Excel 2023 y el software SPSS versión 19. Seguido en la segunda etapa, se describieron e interpretaron los resultados obtenidos, mismos que se utilizaron en la tercera etapa: que correspondió a la construcción del modelo multicriterio que se expone más adelante.

3.4 Método multicriterio

Por otro lado, se utilizó uno de los métodos de apoyo para la toma de decisiones en escenarios en los que intervienen múltiples variables o criterios de selección, lo cual requiere del uso de técnicas que representen una herramienta fundamental para la investigación, debido a que ayuda a implementar métodos de análisis multidimensional, como es el problema que se desea tratar (León & Larrañaga, 2020, p.32).

El procedimiento para construir modelos multicriterio para este estudio que se aborda es el propuesto por Alireza, Majid, y Rosnah (2010) denominado *Simple Additive Weighting (SAW)* es el siguiente:

1. Identificación de criterios.
2. Elección de las alternativas.

$$A = \{a_1, a_2, a_j, \dots, a_m\}, \text{ donde } |A| = m \quad (1)$$

3. Colección de los datos usando el cuestionario basado en el porcentaje de mayores respuestas.
4. Determinación de los pesos a través de procedimiento de Simos Revisado (Figueira y Roy, 2002:321).

$$w_j \text{ coeficiente de importancia relativa del criterio } g_j \text{ para } j=1, 2, \dots, n. \quad (2)$$

5. Cálculo de la matriz de decisión.
6. Cálculo del indicador final.

$$A_i = \sum W_j \cdot X_{ij} \quad i = 1, 2, j = 1, \dots, 6 \quad (3)$$

Donde: x_{ij} es el puntaje de la i -ésima alternativa con respecto al criterio j -ésimo, w_j es el criterio ponderado [Alireza et al., 2010, p. 512].

De esta manera, la propuesta metodológica se presenta como un marco para determinar la identidad cultural bajo el enfoque de análisis multicriterio. En este sentido, se propone hacer referencia a la serie de pasos que tienen como función primordial recordar aspectos que pudieran olvidarse y se explica a detalle las fases que se deberán seguir hasta obtener el resultado final (León & Leyva, 2016, p.75).

El modelo se diseñó para considerar los criterios del municipio de Choix, en donde se busca conocer cuál de los ámbitos tiene una mayor percepción de las potencialidades turísticas de su identidad cultural, así como el construir un indicador compuesto que permita evaluar esta apreciación. Por último, se utilizó el Excel 2023 para el cálculo de los resultados en este modelo multicriterio.

4. RESULTADOS Y DESARROLLO DEL MODELO

4.1 Identificación de criterios

Se parte de los resultados obtenidos mediante la encuesta realizada a 250 pobladores del municipio de Choix perteneciente al estado de Sinaloa, para ello, se tomaron en consideración que los encuestados tuvieran conocimiento de las actividades turísticas propias de la localidad para que respondieran preguntas sobre la comida, sus tradiciones, música, artesanías, bailes típicos, fiestas, entre otras; mismas que fueron agrupados en 6 criterios los cuales que se muestran en la tabla 2:

Tabla 2. Criterios del modelo.

| Etiqueta | Criterios |
|----------------|---|
| C ₁ | La comida típica |
| C ₂ | Platillos típicos |
| C ₃ | Bailes típicos que distinguen al municipio |
| C ₄ | Festejos o fiesta perteneciente a la localidad parte de la identidad cultural |
| C ₅ | Artesanía, arte, manufacturas pertenecientes al municipio |
| C ₆ | Música que distingue al municipio |

Nota: elaboración propia.

4.2 Elección de alternativas

Como lo plantea Roy (1991), las alternativas tienen que ser mutuamente excluyentes, consistentes en el tiempo y en el espacio, además, ser comparables para cualquier característica diferente a partir de lo expresado por los criterios de evaluación. Por lo tanto, una de las características propias del análisis multicriterio resulta en el hecho de comparar alternativas sobre la base de una serie de criterios (León & Larrañaga, 2020).

En este sentido, se considera construir una matriz, donde $|A|$ es la etiqueta de decisión (tabla 3). Por lo que cada opción corresponde a una de las urbanidades contemplado para el estudio, siendo $A = \{a_1, a_2, \dots, a_j, \dots, a_m\}$ el conjunto finito de alternativas, $|A|=m$ (León & Leyva, 2017).

Tabla 3. Alternativas del modelo.

| Alternativa | Nombre |
|----------------|-----------|
| A ₁ | Urbana |
| A ₂ | Rural |
| A ₃ | Municipio |

Nota: elaboración propia.

Adicionalmente, se sugiere, en el proceso de análisis tomar la forma de la selección de un subconjunto de alternativas en diferentes categorías o del ordenamiento global (León & Larrañaga, 2020, p.34). Por lo tanto, en este caso, se nombra a las localidades pertenecientes al ámbito urbano, rural y municipio en general, considerando que en el momento de la encuesta se distribuyeron en la proporción muestral para esta investigación.

4.3 Recolección de los datos

Para ello, se planteó aplicar de un cuestionario como instrumento, donde se incorporaron, además preguntas de control como son el sexo, la edad,

ocupación, estado civil y las que se contemplaron para el diseño de este modelo de análisis.

4.4 Determinación de los pesos

Los pesos de los criterios a diferencia de otros métodos pueden ser considerados «coeficientes de importancia» o «valores de importancia relativa» (León & Larrañaga, 2020), por lo tanto, en este proceso, se asistió al tomador de decisiones para definir los pesos de los 6 criterios de acuerdo con el procedimiento de Simo's (Figueira & Roy, 2002). Donde, w_j es el coeficiente de importancia relativa adjunta al criterio g_j para $j=1, 2, \dots, n$ (León & Leyva, 2017).

Además, los datos obtenidos se hicieron a partir de la exposición del experto en turismo con el instrumento que le fue proporcionado y fue asistido vía conferencia en la plataforma Zoom (León & Larrañaga, 2020), quien ordeno de menor a mayor importancia los criterios contemplados en la tabla 2. Los resultados, se muestran en la tabla 4.

Tabla 4. Determinación de los pesos usando el procedimiento de Simo's.

| Subconjunto | Numero de cartas | Posición | Pesos no normalizados | Pesos normalizados |
|----------------|------------------|----------|-----------------------|--------------------|
| C ₁ | 1 | 1 | 1.0 | 4.8% |
| C ₂ | 1 | 2 | 2.0 | 9.5% |
| C ₅ | 1 | 3 | 3.0 | 14.3% |
| C ₄ | 1 | 4 | 4.0 | 19.0% |
| C ₃ | 1 | 5 | 5.0 | 23.8% |
| C ₆ | 1 | 6 | 6.0 | 28.6% |
| Suma | 6 | 21 | | 100.0% |

Nota: elaboración propia.

4.5 Matriz de desempeño.

El modelo que se propone es para medir a través de un indicador compuesto las potencialidades turísticas de tres urbanidades del municipio de Choix, por lo que se presenta una lista de atributos para evaluarla. De esta manera, los criterios para evaluar percepción de las potencialidades turísticas del destino considerados en el estudio (tabla 5) donde se observan los valores de las alternativas con relación a los criterios, denominándose la matriz de desempeño de las alternativas.

Tabla 5. Matriz de resultados de los criterios y alternativas.

| Criterio/ Alternativa | A ₁ | A ₂ | A ₃ |
|--------------------------|----------------|----------------|----------------|
| C ₁ | 0.862 | 0.958 | 0.881 |
| C ₂ | 0.926 | 0.915 | 0.924 |
| C ₃ | 0.968 | 0.958 | 0.966 |
| C ₄ | 0.968 | 1.000 | 0.975 |
| C ₅ | 0.957 | 0.958 | 0.958 |
| C ₆ | 0.915 | 0.854 | 0.903 |

Nota: elaboración propia.

4.6 Cálculos y ordenamientos finales.

4.6.1 Cálculo

Una vez integrada la información proporcionada, se realiza el cálculo y se obtuvieron los indicadores finales, donde se utilizó modelo de SAW (Alireza et al., 2010). El resultado se presenta en cada posición y en el orden de peso (w_j) asignado, el cual se muestra en la tabla 6.

Tabla 6. Matriz de desempeño de las alternativas.

| Criterio/ Alternativa | A ₁ | A ₂ | A ₃ |
|--------------------------|----------------|----------------|----------------|
| C ₁ | 0.041 | 0.046 | 0.042 |
| C ₂ | 0.088 | 0.087 | 0.088 |
| C ₃ | 0.230 | 0.228 | 0.230 |
| C ₄ | 0.184 | 0.190 | 0.186 |
| C ₅ | 0.137 | 0.137 | 0.137 |
| C ₆ | 0.261 | 0.244 | 0.258 |

Nota: Elaboración propia.

4.6.2 Ordenamiento final

Considerando que x_{ij} es el puntaje de la i -ésima alternativa con respecto al criterio j -ésimo, w_j es el criterio ponderado (Alireza et al., 2010, p.512) se genera el resultado de las alternativas (tabla 6) de manera descendente.

Tabla 7 Ranking de alternativas.

| Posición | Código | Resultado |
|----------|----------------|-----------|
| 1 | A ₁ | 0.942 |
| 2 | A ₃ | 0.940 |
| 3 | A ₂ | 0.932 |

Nota: elaboración propia.

El indicador compuesto (ilustración 2) obtenido sugiere en la clasificación final del ordenamiento descendente, en donde destacan el ámbito A1 (urbano) como el que más y mejor percepción tiene la población de las potencialidades turísticas de la identidad cultural, destacándose en Bailes típicos que distinguen a la localidad y la música, quedando los ámbitos A3 (municipio) con la comida típica y a las artesanías, arte y manufacturas, por último, A2 (rural) con una valoración más baja en platillos típicos y música.

Figura 2. Estructura de los criterios considerados en el caso de estudio.



Fuente: elaborado con base a León et al. (2023).

Por último, cabe destacar que esta aplicación para estudiar las potencialidades turísticas de la identidad cultural del municipio de Choix en el ámbito Urbano, Rural y Municipal es el primero en su tipo, considerando que en este estudio la selección de los criterios para su medición, permitiendo evaluar de manera integral esta investigación mediante el método SAW, el cual proporciona información eficaz para la toma de decisiones.

5 CONCLUSIONES

Para llevar a cabo la investigación fue necesario aplicar una encuesta a 236 habitantes del municipio de

Choix, Sinaloa, de esta manera se buscó identificar los criterios que permitieron medir la identidad cultural.

El instrumento utilizado estuvo compuesto por 20 ítems con los cuales se cuestionó sobre aspectos socioeconómico de la población, como son el sexo, la edad, nivel educativo ocupación, adicionalmente, se pidió expusieran los principales problemas de su localidad y se incluyeron preguntas sobre la comida, sus tradiciones, las artesanías, los bailes típicos.

Estos criterios fueron tomados con la finalidad de comparar las alternativas que corresponden a la percepción de la población en el ámbito rural, urbano y municipal en general.

5.1 Contribuciones

Aquí se presenta un modelo que permitió medir la identidad cultural mediante la construcción del método SAW (Alireza et al., 2010) a través de la construcción de la matriz de desempeño donde se incorpora la información correspondiente a los criterios y alternativas.

Adicionalmente, se incorporan los pesos correspondientes a los criterios, los cuales fueron obtenidos mediante el procedimiento de Simos Revisado (Figueira & Roy, 202) proporcionados por expertos en el ámbito turístico del municipio, lo que permitió ponderando los criterios seleccionados.

Con los resultados, se calculan los indicadores finales y se obtuvo el ordenamiento final, de esta manera el método que resultó ser innovador para este contexto, ya que es una metodología que se utilizado ampliamente en la toma de decisiones multicriterio al obtener resultados más cercanos a la realidad.

Desde una perspectiva práctica, los resultados proporcionan una valiosa guía para la gestión turística y la toma de decisiones en los destinos turísticos, ya que es posible comprender a través de la percepción de la población y su relación vinculadas a la identidad cultural, de esta manera los tomadores de decisiones cuentan con elementos para planificar sus inversiones, promocionar al destino e incrementar la afluencia de visitantes, iniciando experiencias auténticas que enriquecen la oferta turística y fomentan el respeto por la identidad cultural.

5.2 Limitaciones de la investigación

Ciertamente, el estudio aporta información valiosa para la toma de decisiones para evaluar la identidad cultural de los destinos turísticos, sin embargo, hubo limitaciones que se presentaron en el proceso de aplicación del instrumento y que afectaron el desarrollo de la investigación, mismos que serán considerados en futuras investigaciones.

En estas, sobresale el poder contactar a los encuestados, quienes no concluyeron el instrumento por falta de tiempo, por ello, será necesario ampliar el alcance la investigación. Otro de los problemas fue trasladarse a otras comunidades rurales para ampliar la muestra, lo que resultó en un número menor de cuestionarios a lo considerado para el estudio.

El estudio examinó principalmente la evaluación de la identidad cultural de un destino turístico, pero se paso por alto a otras partes interesadas, como son los

empresarios locales y externos a la comunidad, para conocer con amplitud su percepción.

5.3 Propuestas para futuras investigaciones

Para las investigaciones futuras debería centrarse en seguir desarrollando el operador SAW mediante la incorporación de nuevos criterios para evaluar los destinos turísticos de forma sostenible, se sugiere realizar cambios en las ponderaciones y hacer uso de nuevas funciones de agregación, como las utilizadas en la evaluación de la competitividad de los destinos turísticos (León & Leyva, 2017).

Adicionalmente se deben realizar estudios sobre el turismo basado en la economía cultural (León, Avilés & Canizales, 2023) e identificar el impacto económico y social en la comunidad, mediante el impulso de la economía local, así como el preservar el patrimonio cultural.

Por último, el modelo propuesto para medir la identidad cultural en el municipio de Choix, Sinaloa, puede ser replicado en otras regiones del país, ya que se puede adaptar a otras regiones considerando aspectos relacionados con el ciclo social en el que se va a implementar, siempre y cuando se tenga en cuenta la estructura de los criterios anteriormente expuestos.

6 REFERENCIAS

- Ackoff, R. y Sasieni, M. (1968). *Fundamentals of operations research*, Wiley.
- Alireza, A., Majid, M. y Rosnah, Y. (2010). Simple Additive Weighting approach to Personnel Selection Problem. *International Journal of Innovation, Management and Technology*, 1(5), 511-515. <https://www.ijimt.org/papers/89-M474.pdf>
- Ajay K. K. & Babu G. (2021). A Sustentação do Artesanato Através do Apoio Governamental e Comunitário: Implicações para o Turismo Artesanal. *Rev. Latino-Am. Turismologia / RELAT*, Juiz de Fora (Brasil), e-ISSN 2448-198X, v.8, vol. único, pp.1 – 7. <https://periodicos.ufjf.br/index.php/rlaturismologia/article/view/36936/24603>
- Arevalo, G. (2020). *Modelos turísticos y desarrollo sustentable: análisis teórico*. UNAM, México <https://ru.iiec.unam.mx/5123/1/1-003-Arevalo.pdf>
- Bauman, Z. (2007). *Miedo líquido*. Barcelona, Paidós.
- Bartolini, F., Gallerani, V., Samoggia, A. y Viaggi, D. (2005). Methodology for multicriteria analysis of agri-environmental schemes, *Technical Report*, Sixth Framework Programme. University of Bologna.
- Bourdieu, P. (1996). *As regras da arte: gênese e estrutura do campo literário*. São Paulo: Companhia das Letras.
- Bourdieu, P. (2004). From the King's House to the Reason of State: A Model of the Genesis of the Bureaucratic Field. *Constellations*, 11, 16–36. doi: 10.1111/j.1351-0487.2004.00359.x
- Boullón, R. (2006). *Planificación del espacio Turístico*, Editorial Trillas.
- Celdrán-Bernabeu, B., Mazón, J., Ivars-Baidal, J. y Vera-Rebollo, J. (2018). Smart Tourism. Un estudio de mapeo sistemático. *Revista Cuadernos de Turismo*, 41, (107-138). <https://revistas.um.es/turismo/article/view/326971>
- Cohen, Erik. 1988. Authenticity and commoditization in tourism. *Annals of Tourism Research*. 15(3), 371-386.
- Collado Medina, L. M. (2008). Ensayos teórico-metodológicos del turismo: cuatro enfoques. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 6(1), 131–134. <https://ojsull.webs.ull.es/index.php/Revista/article/view/2585>
- CONAPO (2020) *Índice de Marginación por entidad federativa y municipios 2020*, elaborado por el Consejo Nacional de Población <https://www.gob.mx/conapo/documentos/indices-de-marginacion-2020-284372>
- CONEVAL (2023) *Informe Anual sobre la situación de pobreza y rezago social Sinaloa Choix*, [https://estadisticas.sinaloa.gob.mx/documentos/Informe CONEVAL/Choix-Coneval-2023.pdf](https://estadisticas.sinaloa.gob.mx/documentos/Informe%20CONEVAL/Choix-Coneval-2023.pdf)
- Diccionario de la Real Academia Española (2023). *Identidad*. <https://www.rae.es/desen/identidad>
- Fernández L. M. V. y Ganchozo L. M. P. (2023). Estrategias para Fortalecer los Emprendimientos de Turismo Comunitario de la Provincia de Manabí (Ecuador), *Rev. Latino-Am. Turismologia / RELAT*, Juiz de Fora (Brasil), v. 9, No Único (Edição Regular), 1 – 15.
- Figueira, J., y Roy, B. (2002). Determining the weights of criteria in the ELECTRE type methods with a revised Simos' procedure. *European journal of operational research*, 139(2), 317-326. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0377221701003708>
- Gambarota, D. M. y Lorda M. A. (2017). El turismo como estrategia de desarrollo local. *Revista Geográfica Venezolana*. 58(2), 346-359. <https://www.redalyc.org/pdf/3477/347753793006.pdf>
- Greca, I. M., y Moreira, M. A. (1998). Modelos mentales, modelos conceptuales y modelización. *Caderno catarinense de ensino de física*. 15 (2), 107-120. <http://hdl.handle.net/10183/85007>
- González Varas, I. (2000). *Conservación de Bienes Culturales*, Cátedra, Madrid.
- Gutiérrez, A., Marcelleño, S., Bojórquez, I., Soto, E., y Meza, E. (2013). *Análisis del sector turístico como clave para la definición de estrategias de mitigación y adaptación al cambio climático en la costa de Nayarit*. Mexico. <https://www.eumed.net/libros-gratis/2014/1361/1361.pdf>
- Jafari, J. y Ritchie, B. (1981). Toward a Framework for Education: Problems and Prospects. *Annals of Tourism Research a Social Sciences Journal*. 8(1), 39-56.
- INEGI (2010), *Compendio de información geográfica municipal de los Estados Unidos Mexicanos Choix, Sinaloa*. https://www.inegi.org.mx/contenidos/app/mexicocifras/datos_geograficos/25/25007.pdf
- INEGI (2020) *Censo de Población y Vivienda. Panorama sociodemográfico de Sinaloa: Censo de Población y Vivienda 2020: CPV / Instituto Nacional de Estadística y Geografía*. México https://www.inegi.org.mx/contenidos/productos/prod_ser/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/702825197988.pdf
- Leiper, N. (1995). *Tourism Managent*. Tafe Publicatons.
- León Santiesteban, M., Avilés Ochoa, E. y Canizales Ramírez, P. (2023). *Perfil Socioeconómico del Municipio de Rosario*. Ed. Universidad Autónoma de Occidente, Sinaloa. México.
- León-Santiesteban, M.; Mendez-Prada, M.C.; Cardona-Arce, Y.P.; Guerrero-Mosquera, N. (2023). Multicriteria Model for Measuring the Potential of Cultural Identity in the Tourism Development of Sincelejo, Colombia. *Sustainability* 15, 15082. <https://doi.org/10.3390/su152015082>
- León Santiesteban, M. y Larrañaga Núñez, A. (2020). Integración de conocimiento en restaurantes mediante el análisis multicriterio para la toma de decisiones. *Inquietud Empresarial*, 19(2), 25-38. https://revistas.uptc.edu.co/index.php/inquietud_empresa/article/view/9005
- León Santiesteban, M. y Leyva López, J. C. (2016). *Metodología multicriterio para el análisis comparativo de la competitividad de los destinos turísticos el caso del noroeste de México*. México. Universidad de Occidente y Ediciones del Lirio.
- León Santiesteban, M. y Leyva López, J. C. (2017). A multicriteria decision aid for evaluating the

- competitiveness of tourist destinations in the Northwest of Mexico. *Turismo y Sociedad*, (21), 51-67. <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/artic/view/5173/6240>
- Llupart, M., Naranjo, A., Llaver, L., Entenza, N., Naranjo, L., y González, Y. (2019). Modelos de gestión turística: mirada crítica desde diferentes perspectivas. *RECUS. Revista Electrónica Cooperación Universidad Sociedad*. 4(1), 16-25. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7001764>
- Londoño Agudelo, A. M., y Guzmán Sossa, Y. A. (2023). La política de la identidad y las críticas desde la izquierda. Un estado del arte. *Estudios Políticos*, (66), 203–228. <https://doi.org/10.17533/udea.espo.n66a09>
- McIntosh, R. y Gupta, S. (1993). *Turismo, Planeación, Administración y Perspectivas*. México: Limusa.
- Molano O. (2007). Identidad cultural un concepto que evoluciona. *Revista Opera*. 7, 69-84. <https://www.redalyc.org/pdf/675/67500705.pdf>
- Molina, S. (2004). *Turismo y Ecología*. Editorial Trillas, Serie Turismo Trillas. México.
- Molina, S. (2006). *El Postturismo: turismo y posmodernidad*. Editorial Trillas, México.
- Municipio de Choix (2021) *Plan Municipal de Desarrollo: H. Ayuntamiento de Choix, 2021-2024*. Choix, Sinaloa, México.
- Navarro-Hoyos, S. N. (2022). Identidad cultural en el Caribe colombiano. El caso del Carnaval de Barranquilla. Memorias. *Revista Digital de Historia y Arqueología desde el Caribe Colombiano*. 18(46), 108-136. <https://www.redalyc.org/journal/855/85570843006/85570843006.pdf>
- Olivares, D. L. (2006). El modelo turístico de carácter sistémico e integrado como facilitador del desarrollo en los países centroamericanos: el caso de Nicaragua (Esteli-Nueva Segovia). *Documents d'anàlisi geogràfica*, (47), 69-92. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2221005>
- OMT (1995). *Carta del Turismo Sostenible*, Lanzarote, Islas Canarias, España. <https://www.entomoturistico.com/wp-content/uploads/2017/11/Carta-del-Turismo-Sostenible-Lanzarote-Espana-CC%83a-1995.pdf>
- Palhares, G. L. (2002). *Transporte para Turistas: Conceitos, Estado da Arte e Tópicos Atuais*. En *Aleph, São Paulo* Pearce, Douglas. *Geografía do turismo: fluxos e regiões no mercado de viagens, Aleph*, São Paulo, 641-670. https://www.researchgate.net/publication/235969319_Transporte_para_Turistas_Conceitos_Estado_da_Arte_e_Topicos_Atuais
- Panosso, A. y Lohmann, G. (2012). *Teoría del turismo: conceptos, modelos y sistemas*. Editorial Trillas, México.
- Pearce, D. G. (2016). Modelos de gestión de destinos: Síntesis y evaluación. *Estudios y perspectivas en turismo*, 25(1), 1-16. http://www.scielo.org.ar/scielo.php?pid=S1851-17322016000100001&script=sci_arttext
- Pimentel, T. D.; Carvalho, F. C. C.; Oliveira, M. C. B. y Moura, E. F. L. (2019). Entre a Formalidade e a Efetividade: A Dinâmica da Participação Social no Ciclo Político de um Conselho Gestor de Turismo em Juiz de Fora/MG. *Revista Interdisciplinar de Gestão Social*, 8(1), 117-142.
- Pimentel, T. D. (2022). Tourism as Geopolitical Strategy: The institutional trajectory of tourism public policies in Ecuador. *Sovremennye problemy servisa i turizma [Service and Tourism: Current Challenges]*, 16(1), 42–63. doi: 10.24412/1995-0411-2022-1-42-63.
- Reverté, F. G. y Pérez, S. M. (2017). El impacto cultural y social de los eventos celebrados en destinos turísticos. La percepción desde el punto de vista de los organizadores. *Cuadernos de turismo*, 339-362.
- Romero Cevallos, R. R. (2005). ¿Cultura y desarrollo? ¿Desarrollo y cultura? Propuestas para un debate abierto. *Cuadernos PNUD*. Serie Desarrollo Humano N° 9. Lima, Perú.
- Satorre Pérez, A. (2015). La necesidad de preservar la identidad cultural de Crevillent. *Revista Crevillent, la etnografía de un pueblo*. 1, 7-20. https://rua.ua.es/dspace/bitstream/10045/117503/1/Crevillent_01_01.pdf
- Shennan, S. (2003) Introduction: Archaeological approaches to cultural identity. In *Archaeological Approaches to Cultural Identity*. Routledge: Abingdon, UK, pp. 29–60.
- Vallejo, M. (2003). La identidad cultural, el turismo y la recreación (Doctoral dissertation, Universidad Nacional de Mar del Plata). https://nulan.mdp.edu.ar/id/eprint/1135/1/vallejo_m.pdf
- Yáñez, A. y Armendáriz, E. (2024). Estudio de percepción: influencia del turismo de la laguna de Quiltoa en el desarrollo socioeconómico de la comunidad de Quiltoa. *Turismo y Sociedad*, xxxiv, 227-244. doi: <https://doi.org/10.18601/01207555.n34.09>
- Mounk, Y. (2018). *El Pueblo contra la democracia. Por qué nuestra libertad está en peligro y cómo salvarla*. España: Editorial: PAIDÓS.
- Ylatoma, C. (2018). Modelo de gestión turística municipal integrada y participativa, para el fortalecimiento de la oferta turística cultural. *Revista de Investigación y Cultura*, 7(3), 77-87. <https://www.redalyc.org/journal/5217/521758012008/521758012008.pdf>
- Wexler, L. (2009). The importance of identity, culture and history for indigenous youth wellness. *Journal of the History of Childhood and Youth*. 267-276. <https://www.researchgate.net/publication/236796350>

Declaração CRediT sobre autoria.

| Termo | Definição | Autor 1 | A2 | A3 | A4 |
|---------------------------|--|---------|----|----|----|
| Conceitualização | Ideias; formulação ou evolução de objetivos e objetivos de investigação abrangentes | x | x | x | x |
| Metodologia | Desenvolvimento ou concepção de metodologia; criação de modelos | x | x | x | x |
| Software | Programação, desenvolvimento de software; concepção de programas de computador; implementação do código informático e algoritmos de suporte; teste dos componentes de código existentes | | | | |
| Validação | Verificação, quer como parte da atividade quer separadamente, da replicação/reprodutibilidade global dos resultados/experimentações e outros resultados da investigação | x | x | x | x |
| Análise formal | Aplicação de técnicas estatísticas, matemáticas, computacionais, ou outras técnicas formais para analisar ou sintetizar dados de estudo | x | | | |
| Investigação | Condução do processo de investigação e investigação, realizando especificamente as experiências, ou recolha de dados/evidências | x | x | x | x |
| Recursos | Fornecimento de materiais de estudo, reagentes, materiais, pacientes, amostras de laboratório, animais, instrumentação, recursos informáticos, ou outras ferramentas de análise | x | | x | |
| Curadoria de dados | Atividades de gestão para anotar (produzir metadados), lapidar dados e manter dados de investigação (incluindo código de software, onde é necessário para a interpretação dos próprios dados) para utilização inicial e posterior reutilização | x | | x | |
| Escrita - Esboço original | Preparação, criação e/ou apresentação do trabalho publicado, redigindo especificamente o projeto inicial (incluindo a tradução substantiva) | x | | | |

| Termo | Definição | Autor 1 | A2 | A3 | A4 |
|----------------------------|---|----------------|-----------|-----------|-----------|
| Escrita - Revisão & Edição | Preparação, criação e/ou apresentação do trabalho publicado por aqueles do grupo de investigação original, especificamente revisão crítica, comentário ou revisão - incluindo fases pré ou pós-publicação | x | | | |
| Visualização | Preparação, criação e/ou apresentação do trabalho publicado, especificamente visualização/apresentação de dados | x | | | |
| Supervisão | Supervisão e responsabilidade de liderança no planeamento e execução da atividade de investigação, incluindo mentoria externa à equipa central | x | x | | |
| Administração do projeto | Responsabilidade pela gestão e coordenação do planeamento e execução da atividade de investigação | | x | | |
| Aquisição de financiamento | Aquisição do apoio financeiro para o projeto conducente a esta publicação | x | x | x | x |

Fonte: reproduzido de Elsevier (2022, s/p), com base em Brand et al. (2015).

Processo Editorial / Editorial Process / Proceso Editorial
 Editor Chefe / Editor-in-chief / Editor Jefe: PhD Thiago D. Pimentel (UFJF).
 Recebido / Received / Recibido: 21.02.2024; Revisado / Revised / Revisado: 22.03.2024 – 27.06.2024 – 27.08.2024;
 Aprovado / Approved / Aprobado: 13.10.2024; Publicado / Published / Publicado (online): 28.10.2024.
 Documento revisado por pares / Peer-reviewed paper / Documento revisado por pares.