

Componentes clave de un *task force* de turismo creativo gastronómico para el desarrollo local: estudio de caso en Mocorito pueblo mágico, Sinaloa México

Patricia Carmina Inzunza-Mejía

Universidad Autónoma de Sinaloa

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

Correo electrónico: inzunzap@uas.edu.mx

Dulce Livier Castro-Cuadras

Universidad Autónoma de Sinaloa

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

Correo electrónico: dulcecastro@uas.edu.mx

Francisco Arturo Espinoza-Durán

Universidad Autónoma de Occidente

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

Correo electrónico: franciscoesdu@gmail.com

RESUMEN

La conformación de grupos de trabajo en red para el turismo creativo gastronómico es una oportunidad de desarrollo local en Mocorito, Sinaloa. El objetivo es analizar los componentes estructurales de impacto en modelos *task force* para el trabajo colaborativo informal en destinos turísticos creativos enfocados en el sector gastronómico como patrimonio cultural en el desarrollo local. Su relevancia se orienta al fortalecimiento de las sinergias entre gobierno, empresas, academia y sociedad, al proponer modelos adaptables y multisectoriales para la gobernanza del turismo creativo. El estudio se sitúa en la intersección del turismo sostenible, la gestión pública y la innovación social en el campo de la administración turística gastronómica. Con enfoque metodológico cualitativo se realizó análisis documental, observación participante y entrevistas a actores clave, acompañados de la sistematización de proyectos estudiantiles en campo. La investigación se desarrolló en fases sucesivas que incluyeron la revisión de literatura, el acercamiento a autoridades de turismo y emprendedores locales, y la representación gráfica de modelos organizativos y experiencias de trabajo colaborativo en el sector turístico-gastronómico. Los resultados evidencian que la ausencia de articulación interinstitucional limita el potencial creativo local, mientras que la integración de *task forces*, permite afrontar desafíos como la fragmentación institucional y la sostenibilidad. Sin embargo, persisten retos derivados de la inseguridad, la violencia y las capacidades de coordinación multisectorial. Se concluye que el fortalecimiento de modelos de gobernanza mixta y redes colaborativas, apoyados por tecnologías

emergentes serán determinantes para la consolidación del turismo creativo-gastronómico sustentable y su contribución efectiva al desarrollo local.

Palabras clave: Turismo creativo, Turismo gastronómico, Taskforce, Esfuerzos cuasiemprendedores, Desarrollo local.

Key components of a creative gastronomic tourism task force for local development: a case study in Mocorito, a magical town in Sinaloa, Mexico

ABSTRACT

The formation of networking groups for creative gastronomic tourism is an opportunity for local development in Mocorito, Sinaloa. The objective is to analyze the structural components of impact in task force models for informal collaborative work in creative tourism destinations focused on the gastronomic sector as a cultural heritage in local development. Its relevance is oriented toward strengthening synergies between government, businesses, academia, and society by proposing adaptable and multisectoral models for the governance of creative tourism. The study is situated at the intersection of sustainable tourism, public management, and social innovation in the field of gastronomic tourism administration. Using a qualitative methodological approach, documentary analysis, participant observation, and interviews with key stakeholders were conducted, accompanied by the systematization of student projects in the field. The research was developed in successive phases that included a literature review, outreach to tourism authorities and local entrepreneurs, and the graphic representation of organizational models and collaborative work experiences in the gastronomic tourism sector. The results show that the lack of inter-institutional coordination limits local creative potential, while the integration of task forces allows for addressing challenges such as institutional fragmentation and sustainability. However, challenges arising from insecurity, violence, and multisectoral coordination capacities persist. It is concluded that strengthening mixed governance models and collaborative networks, supported by emerging technologies, will be crucial for the consolidation of sustainable creative-gastronomic tourism and its effective contribution to local development.

Keywords: Creative tourism, Gastronomic tourism, Task force, Quasi-entrepreneurial efforts, Local development.

INTRODUCCIÓN

El turismo creativo es considerado como una actividad estratégica innovadora con alta incidencia en diversos sectores económicos en potencial crecimiento de una región y el desarrollo local sostenible de una comunidad al ofrecer alternativas de turismo que promueven interacciones y experiencias significativas entre visitantes y residentes de las comunidades locales. Sin embargo, su solvencia creativa surge como respuesta a diversas necesidades, problemas y cambios de índole económica, social y ambiental; de ahí que, se puede desarrollar no solo con fines económicos, sino también para preservar los recursos culturales, patrimoniales y ambientales de una localidad o región, trascendiendo a los modelos turísticos tradicionales. De acuerdo con Tresserras (30 de marzo de 2021) desde las apuestas de la UNESCO, se consideran catapultados por la creatividad como base del turismo y propuesta de la nueva generación de grupos de trabajo enfocados en la sostenibilidad a los que en diversas contribuciones científicas se les considera como esfuerzos creativos relacionados a las acciones que realizan un grupo de residentes de una comunidad como destino turístico, en su afán de sobrevivencia; es decir, son acciones que se realizan, que no llegan a ser emprendimientos ni empresas, pero si son acciones que fomentan el turismo creativo. Según sostienen Serrano-Leyva *et al.* (2023), el turismo creativo se ha estudiado desde tres líneas temáticas fundamentales turismo y creatividad, experiencia y espacios creativos.

Al respecto, a este conjunto de acciones realizadas por diversos grupos de personas, en el presente estudio se les identifica como *task force* en el turismo creativo o esfuerzos cuasi emprendedores. Así, con la composición textual de *task force* en el turismo creativo, se hace referencia al esfuerzo operativo de un equipo de personas en una localidad al realizar de manera permanente y autónoma una actividad propia del sector o subsector turístico mediante la gestión cuasi emprendedora del turismo, por lo que también se podrían identificar como emprendedores del turismo con amplias posibilidades de consolidación empresarial al ser impulsados por los actores principales de la gestión turística.

En este sentido, Li & Gao (2025) registran que los esfuerzos o grupo de trabajo cuasi emprendedores, se integran a la economía colaborativa basada en el mercado laboral caracterizado por acuerdos de trabajo informal a corto plazo, a destajo, freelance o temporales, para desarrollar actividades facilitadas por plataformas o aplicaciones digitales. Estas plataformas permiten a los participantes del lado de la oferta aprovechar fácilmente sus activos existentes e infrautilizados, para prestar servicios a una amplia base de clientes potenciales.

No obstante, la ausencia de articulación entre las instituciones del sector público, las organizaciones privadas y comunitarias, la academia y la sociedad civil, durante años ha limitado el aprovechamiento e impulso del potencial creativo en las regiones. De acuerdo con Ricardo-Leal *et al.* (2023), uno de los principales problemas que se observan en el sector turístico es la fragmentación institucional y falta de

coordinación multisectorial en la que confluyan los intereses económicos, sociales y ambientales del gobierno, las empresas, la academia y la sociedad.

Análisis del contexto: Riesgos y desafíos

Esta perspectiva constituye una extensión de lo propuesto en Vázquez-Alemán *et al.* (2024) al observar los riesgos que se tienen en la mercantilización de expresiones culturales que deterioran su autenticidad generando una co-modificación de imitación a otros ordenes culturales, beneficiando mínimamente a las comunidades locales de una región, que de acuerdo con López (2024) la limitada capacidad creativa limita también la diversificación de estrategias turísticas, lo cual promueve una baja competitividad en los destinos.

Barton & Goh (2025) los desafíos inherentes al turismo incluyen la vida útil limitada de los destinos y el aumento insostenible de visitantes. La creciente demanda turística en los sitios TLP a menudo excede la capacidad de carga, acelerando la degradación ambiental y cultural, fomentando la fragmentación intersectorial e intergubernamental.

Por otra parte, los esfuerzos reconocidos como emprendedores turísticos afrontan incertidumbre por los riesgos de salud generados por el COVID-19, por lo cual, Ribeiro, *et al.* (2025) revelan que la incertidumbre ambiental desencadena un afrontamiento centrado en los problemas de salud, lo que mejora significativamente la resiliencia y el bienestar subjetivo que permite la eficacia del equipo emprendedor desempeña un papel moderador crucial en la relación entre las estrategias de afrontamiento y el bienestar resiliente en tiempos turbulentos y complicados.

En este sentido, los esfuerzos que desarrollan actividades cercanas a un emprendimiento, representan una fuerza laboral informal pero angular del crecimiento económico y la innovación turística de un destino, enfrentando incertidumbres de violencia, desequilibrios de gobierno, vulnerabilidad económica, escasez de recursos continúan enfrentándose a incertidumbres a largo plazo como el cambio climático, la inestabilidad geopolítica y las fluctuaciones económicas; por lo cual, se explora cómo los emprendedores turísticos desarrollan resiliencia, afrontan y gestionan su bienestar ante estos contextos impredecibles y adversos.

Las irregularidades en la colocación de beneficios e identificación de actores a favorecer, generan desconexión entre la actividad turística y el desarrollo económico local; razón por la cual, Ricardo-Leal *et al.* (2023) plantean el desarrollo de modelo *task force* en turismo creativo vinculado con las características multinivel con estructura de equipos de trabajo integrados por representantes del gobierno, de las empresas, la académica y la comunidad, con el propósito de desarrollar actividades alineadas a procedimientos cíclicos de cinco etapas interconectadas propias de los modelos de gobernanza integrada e

interoperativa para desarrollar la planeación, organización, ejecución de actividades, implementación estrategias y mejora continua desde la evaluación.

Así, al instrumentar el modelo *task force* vinculado al modelo de gobernanza de la comunidad, se podrán realizar mecanismos de financiamiento al buscar y gestionar conjuntamente los fondos mixtos (locales, nacionales, cooperación internacional), tal como se observa en numerosos destinos turísticos de la zona sur de México, la funcionalidad y pertinencia de *task force's* integrados por mujeres que impulsan la economía creativa de las artesanías. No obstante, aunque los desafíos de género en los emprendimientos turísticos se encuentran en expansión, Seyfi, *et al.* (2025) sugieren que la resiliencia que caracteriza a este grupo de personas ha sido determinante para convertir al emprendimiento informal basado en la actividad turística, en una poderosa expresión de independencia, resistencia y promoción cultural, fortaleciendo una perspectiva teórica contextualizada que eleva las voces de un grupo de personas marginadas.

Asimismo, partiendo de la demanda turística con base en la teoría económica al identificar los factores que determinan la ocurrencia resultante de la toma de decisiones individuales por consumir servicios turísticos, según la capacidad económica del individuo y el precio de los servicios relacionados al recorrido turístico; a lo que, Um, Lee, Back & Chung (2025) relacionan la demanda turística nacional con la oferta de Airbnb asociada, así como con el número de visitantes locales y el volumen de búsqueda de hospedaje Airbnb a largo plazo, sin embargo, en el corto plazo se asocia positivamente con el gasto turístico regional que impulsa las vocaciones, los oficios de anclaje turístico y las iniciativas de esfuerzos.

En otra perspectiva, a partir de la teoría del construcciónismo social y la perspectiva de género, Seyfi, *et al.* (2025) revelan que esos hechos son indeseables en países de vocación musulmana, dado que desde esa vocación se genera una crisis de género al aplicar sanciones a las mujeres que se dedican a los emprendimientos u algún otro oficio, considerando que estas actividades son para la mujer, una poderosa expresión de independencia y resistencia contra las estructuras teocráticas que serían desafiadas por una perspectiva teórica contextualizada al elevar las voces de marginadas.

En este contexto, se observa que los componentes básicos para la funcionalidad de un *task force* en el turismo creativo, con base en Varela (2013, p. 253) "se deberán atender los factores ambientales y situacionales que afecten la creatividad productiva y emprendedora" principalmente de los grupos vulnerables que se asocian con desempleo o vida ociosa e improductiva.

Objetivos de investigación

Como se ve, la literatura reciente identifica como principales desafíos del turismo creativo a los bloqueos personales que impiden surjan las ideas, imponiendo barreras organizacionales que existen tanto en el gobierno como en las empresas; razón por la cual, desde la academia se debe generar el análisis, reflexión

y aportación; de ahí que, la idea central sugiere que los factores que afectan de manera adversa el ambiente de la creatividad dentro de una organización, son identificados de manera intrínseca en el ser humano y se expresan en un conjunto de valores como la motivación, el interés, la responsabilidad, el compromiso, la disciplina, la libertad, la expresión de ideas, la confianza, la seguridad, la honestidad, vivacidad, humor, dinamismo, conocimiento, propensión a la oportunidad de la generación y ejecución de las ideas.

Así que a partir de los modelos de turismo creativo con perspectiva de sostenibilidad territorial, la investigación plantea los siguientes objetivos:

- Objetivo general: Analizar componentes estructurales y modelos de *task forces* en destinos turísticos creativos relacionados con el sector gastronómico como patrimonio cultural y su incidencia en el desarrollo local.
- Objetivo específico: Identificar los modelos *task forces* adaptables al turismo creativo gastronómico para el diseño y gestión de estrategias de esfuerzos emprendedores relacionados con la gastronomía de la Región del Évora con incidencia en el Pueblo Mágico de Mocorito, en Sinaloa México.

Problema científico

La presente indagación surge a partir de lo referido en Varela (2013), al considerar que la creatividad productiva en los *task force* como grupos organizados para el trabajo de emprendimiento informal relacionado con el sector turístico, se podrá promover o restringir a partir de una diversidad de factores ecosistémicos territoriales que determinan el cambio en el trabajo, la motivación para emprender, el tiempo dedicado, las dinámicas personales y organizacionales, las vocaciones económicas de las comunidades y los objetivos particulares de los residentes y el gobierno del destino.

En un primer acercamiento documentado en proyectos de práctica profesional realizado por estudiantes de la Licenciatura en Negocios Internacionales de la Facultad de Ciencias Económicas, Administrativas y Tecnológicas de la Universidad Autónoma de Sinaloa, los actores clave que fungen como Directores de Turismo en la Región del Évora y propiamente en el Pueblo Mágico de Mocorito Sinaloa en México, enfatizaron que están enfocados en dar atención a los desafíos prioritarios para los grupos de trabajo o *task force* vinculados al turismo creativo.

Al respecto, Tresserras (30 de marzo de 2021) destaca que estos retos obedecen a las características distintivas de una región o localidad como el liderazgo gubernamental en la articulación de actores relacionados con la promoción del turismo, el enfoque en cadenas de valor creativas de los emprendedores y las empresas como son la elaboración de artesanía, gastronomía y diseño creativo de los servicios relacionados al turismo, sin descuidar las prioridades de intereses regional por su impacto multidimensional como son el económico, el social, el patrimonial, el cultural y el ambiental.

Asimismo, de manera hipotética, se plantea que un *task force* de turismo creativo para el desarrollo local responde a problemáticas críticas en la intersección entre los modelos y características del turismo, así como en la incidencia de los procesos creativos como resultados de los primeros componentes en el desarrollo local territorial. A partir de esto, se plantea como problema científico la búsqueda de respuestas a las siguientes preguntas de investigación ¿Cuáles son los componentes clave que deben integrar un *task force* de turismo creativo para potenciar el desarrollo local?, ¿Qué características principales definen a los modelos de *task force* para el turismo creativo y cómo se adaptan a diferentes contextos?, y por último ¿Qué enfoques metodológicos son más efectivos para investigar la formación y funcionamiento de estos equipos en el ámbito del turismo creativo y cultural?

METODOLOGÍA

Partiendo de la teoría del aprendizaje experiencial y de contacto (López, 2024), la investigación se realiza con enfoque cualitativo, y por su alcance adquiere atributos tipológicos de una investigación descriptiva con énfasis en el enfoque territorial creativo al priorizar la identidad cultural, los recursos endógenos y el capital humano local como ejes estructurantes, adoptando el método conceptual de metanálisis sistemático de literatura científica para aplicar el método de estudio de caso de ciudades creativas referido al Pueblo Mágico de Mocorito Sinaloa.

Así también se implementó el método de investigación-acción participativa al desarrollar un proyecto inmersivo de práctica profesional como modelo de intervención para ofrecer perspectivas clave de análisis y establecimiento de futuras agendas de investigación acerca del empleo turístico sostenible, al hacer uso de técnicas de investigación como la observación directa, las entrevistas semiestructuradas a los directores de turismo de los tres municipios de la Región del Évora (Salvador Alvarado, Angostura y Mocorito) como actores clave interdependientes que desarrollan la interlocución y colaboración en el sector turístico y los actores que lo recrean; así como el mapeo de categorías de análisis. La figura 1 recupera la geolocalización de la Región del Évora en México, está ubicada en la entidad federativa de Sinaloa, al noroeste del país en la parte Centro-Norte de Sinaloa, en México.

Figura 1.

Localización de la Región de Évora, en Sinaloa México.



Fuente: Chávez Rodríguez y Frías Sarmiento (2016, p. 176)

En la fase exploratoria cualitativa se efectuó la revisión documental de modelos internacionales planteados por la Red de Ciudades Creativas de la UNESCO para identificar los componentes clave de un *task force*; razón por la cual, se siguió el estudio de Kim & Baker (2024), como base conceptual para avanzar en el debate sobre los grupos de trabajo informal, *task force* o esfuerzos adaptables al turismo creativo, los empleados del turismo, los emprendedores y el empleo sostenible.

El análisis de literatura sugirió una siguiente fase de estudio acerca del análisis sistémico de los componentes que integran diversos modelos de *task force* sistemas complejos de interacción de diversos modelos característicos del turismo, los procesos creativos y los resultados en el desarrollo local territorial. En la figura 2, se puede observar que un *task force* de turismo creativo para el desarrollo local responde a problemáticas críticas interrelacionadas sectorial, territorial y disciplinariamente mediante la relación e incidencia interseccional que guardan los modelos propios del turismo, los procesos creativos y los resultados generados de estos dos componentes en el desarrollo local territorial.

Figura 2.

Relación e incidencia interseccional de un task force



Fuente: Elaboración propia

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Al identificar las funciones dinámicas de un destino turístico y sus funcionalidades según los roles de los esfuerzos o grupos de trabajo que dan a conocer sus actividades, uso de instalaciones, aprovechamiento y disfrute de los lugares, Lee, *et al.* (2025) demuestran el enfoque interdisciplinario de los estudios de turismo combinados con perspectivas del diseño, la mercadotecnia y la planeación urbana, permite configurar mejor las estructuras y funciones de un destino turístico físico, sirviendo como base para el diseño inteligente de destinos integrado por recursos tanto físicos como tecnológicos para garantizar una experiencia enriquecedora para los visitantes a la vez que se eleva la competitividad de los lugares turísticos y sus regiones (Sorokina *et al.*, 2022).

En Moliner Tena, *et al.* (2024) se enfatiza que un modelo de destino inteligente requiere cinco áreas: gobernanza, innovación, tecnología, accesibilidad y sostenibilidad. Así mismo, al realizar la intersección de estudios de turismo, psicología y medicina basada en evidencia para ofrecer un enfoque viable de tratamiento no invasivo y promover la atención a poblaciones vulnerables, Zhong, *et al.* (2025) consideran que el uso de las tecnologías innovadoras digitales propone estrategias alternativas de turismo, tal como el turismo virtual al cual desde una perspectiva ética le atribuyen un alto potencial al priorizar la experiencia que ayuda a personas con trastornos mentales a mantener el equilibrio emocional y potenciar el desarrollo de fortalezas personales, mitigando los efectos adversos asociados a la depresión.

Los componentes estructurales de los modelos de *task force* en destinos turísticos creativos vinculados al sector gastronómico como patrimonio cultural, son adaptables y interactuantes al fortalecerse mediante la simbiosis del gobierno, las empresas y la sociedad en general. En la figura 3, se identifican los modelos de *task force* en turismo creativo afianzados en estrategias del gobierno, las empresas y la sociedad.

Figura 3.

Componentes de los modelos *task force* interconectados con el gobierno, las empresas y la sociedad



Fuente: Elaboración propia a partir de Ricardo-Leal *et al.* (2023), Seyfi, *et al.* (2025).

Desde la perspectiva del gobierno se desarrollan los modelos de gobernanza integrada, mientras que a partir de las empresas se desarrollan los modelos de redes y de la sociedad los modelos comunitarios autogestivos. Estos modelos tienen incidencia en el desarrollo local al aplicar estrategias de esfuerzos emprendedores relacionados con el turismo como macro propósito y la gastronomía de la Región del Évora como alternativa experiencial, lo cual incide en el desarrollo local del Pueblo Mágico de Mocorito.

Para la aplicación de estrategias experienciales específicas que desarrollan los *task force* en el turismo creativo, primero se debe clasificar prioridades en cada apartado de esta triada (gobierno-empresas-sociedad) para propiciar una incidencia favorable al desarrollo local de Mocorito Pueblo Mágico, en correspondencia con Perera Tellez *et al.* (2023) esto se logra al identificar lo que promueven los programas gubernamentales relacionados al turismo creativo gastronómico en México se podrán desarrollar los componentes del modelo de gobernanza integrada.

Entre los elementos clave del modelo de gobernanza integrada, destacan la participación colaborativa y activa de diversos actores como gobiernos locales y nacionales, empresas turísticas, organizaciones comunitarias, instituciones académicas y la sociedad civil; lo que es consistente con los estudios de Mendoza Carrazana, Méndez Delgado & Lloret Feijóo (2024) al destacar que el desarrollo local es un proceso de crecimiento multisectorial interseccional, en el cual concurren de manera coordinada diferentes actores con propósitos relacionados de un sector o subsector como el turístico, para conducir a una comunidad o región a un mejor nivel de vida de la población local, lo cual exige una adecuada coordinación entre los principales

actores políticos, económicos y sociales que determinan las decisiones y acciones en función de la situación del territorio a la hora de elaborar estrategias de desarrollo local vinculadas a determinado sector de la economía que garantice mejorar el bienestar colectivo para dar paso a modelos en los que intervengan las empresas mediante modelos de redes internacionales al aprovechar los componentes de vinculación temática creativa, estrategias de co-creación, intercambio de experiencias, sistemas de certificación y sinergias sectoriales.

En este sentido, Betancourt Ludeña (2024), Ma, Zhao & Su (2025) enfatizan que el turismo creativo representa una alternativa para el desarrollo de localidades pequeñas con una fuerte vocación prospectiva turística, principalmente en zonas rurales al aprovechar sus recursos naturales, culturales, tradicionales, patrimoniales es históricos locales para dinamizar su actividad turística. Asimismo, para Ma, Su & Kang (2025) los procesos de desarrollo y transformación de roles de emprendedores del turismo rural deberá seguir un modelo de tres fases progresivas, al situar la experiencia de la aventura para pasar a la experiencia cocreadora como interfase moderadora; y finalmente, pasar a la fase sensipensante del disfrute o goce de la experiencia a partir del aprendizaje generado, como estrategia madura del entorno turístico ya consolidado. Este proceso depende de la transferencia y el flujo de conocimiento, guiado por el mecanismo interno de las condiciones ambientales, urbanas, rurales y culturales en la transferencia de conocimiento y el desarrollo de roles de los actores clave del turismo.

Al respecto, Koll, Wang & Lin (2025) destacan que la mayor movilidad de los trabajadores académicos y científicos se genera a partir de la difusión y transferencia del conocimiento; lo cual, les permite viajar temporalmente a congresos o eventos académicos que se desarrollan alejados a sus lugares de origen, a la vez que experimentan el placer de viajar mientras teletrabajan, experimentando así el estilo de vida nómada del turismo académico que actualmente precisa de estrategias digitales. Esta estrategia ha cobrado fuerza, gracias a la creciente popularidad y aceptación del trabajo híbrido de plataformas digitales que impulsa el nomadismo digital pero incide en una nueva forma de viajar o ser turista, de movilidad, de interacción y estilo de vida con bases sustentables que no erosionan económicamente al bolsillo de los académicos e investigadores.

Para Zhang, *et al.* (2025), Huang, Qian & Tu (2025), esta interrelación podrá elevar su cobertura mediante el modelo de redes ciudadanas creativas de orden internacional, facilitando la aplicación de estrategias de desarrollo turístico sustentable mediante plataformas tecnológicas de gestión turística basada en *blockchain* para el desarrollo creativo-colaborativo abierto, considerando que reducen el riesgo de comportamiento malicioso en el desarrollo colaborativo, mejorando eficazmente la motivación, las iniciativas de gobierno y la velocidad de respuesta de los desarrolladores creativos. También Wang, Zhu & Li (2025) desarrollaron

una plataforma conceptual basada en blockchain para la supervisión colaborativa de la cadena de suministro de mercancías, cuenta con múltiples capas: blockchain, almacenamiento, interacción e interfaz, cada una con funciones específicas para garantizar un sistema integral y eficiente para facilitar el intercambio eficiente de datos en cadena de diversos tipos.

Al respecto, Bayro, *et al.* (2025) subrayan las importantes implicaciones de la realidad virtual en entornos colaborativos, destacando cómo las interfaces configuran la carga de trabajo percibida y la activación, impulsando así el debate sobre futuras soluciones colaborativas de realidad virtual. También Hu & Dang (2025) muestran que el logro de objetivos y metas mediante tecnologías como la inteligencia artificial, la realidad virtual o el blockchain, influye en el bienestar subjetivo tanto en la primera como en la segunda generación de emprendedores del turismo rural, mediado por la inserción laboral en la economía colaborativa que genera un estatus social subjetivo con efecto significativo en el bienestar subjetivo de los diferentes grupo de trabajadores o esfuerzos a través del tiempo y sus generaciones, lo cual, consolida una modalidad de empleo informal pero dinámico e innovador que es reconocido como esfuerzos o quasi emprendedores del turismo con influencia en el bienestar de los profesionales a lo largo de diferentes generaciones.

Asimismo, Bingöl & Yang (2025) muestran un modelo adaptativo de los destinos turísticos bajo dinámicas tecnológicas digitales cambiantes al transformar la gestión tradicional de destinos en una gestión inteligente de destinos mediante el desarrollo de ecosistemas de destinos inteligentes que incluye elementos clave como OGD, DOT, OT, laboratorios de ideas y centros de innovación.

En tanto que Li & Gao (2025) registran que la tasa de salidas turísticas generada por los emprendedores turísticos o esfuerzos desde las plataformas de economía colaborativa es sorprendentemente alta, dado el auge del sector turístico que detona elevadas ganancias y beneficios tanto a las empresas turísticas, como a los esfuerzos, trabajadores y turistas, se debe principalmente la personalidad del emprendedor turístico, el canal de difusión de información y contratación del servicio; y la interacción con el turista. Al respecto, Delange, *et al.* (2025) destacan que los Link-R de plataformas digitales permite a los usuarios explorar estudios que recrean experiencias turísticas mediante interfaces gráficas, como por ejemplo las de un historial médico o el desempeño deportivo.

Entre las principales características observadas en los ecosistemas turísticos creativos con enfoque hacia la sostenibilidad, persisten en el análisis la interrelación tecnológica digital y vinculatoria entre componentes naturales, humanos y económicos con propósitos de conservación y uso sostenible de los recursos culturales, naturales y patrimoniales; para lo cual, resulta preponderante el uso de tecnología digital innovadora emergente (TIDE) para incentivar la participación comunitaria y la gobernanza local, al

propiciar la valoración económica en la generación de empleo y autoempleo, a partir de la gestión integral de las tecnologías digitales emergentes y convergentes con una perspectiva multidisciplinaria que ofrezcan una efectiva respuesta y solución al problema del cuidado del medio ambiente a la par que se incentivan las actividades turísticas y gastronómicas.

En este sentido, Barton & Goh (2025) revelan cuatro áreas temáticas clave enfocadas a las empresas: 1) Definiciones de turismo de última oportunidad; 2) Marcos teóricos y métodos de investigación empleados; 3) Ubicaciones y contextos estudiados; y 4) Motivaciones para la investigación turismo de última generación y destacada oportunidad. Así que, en relación a los modelos de empresas, el desarrollo y velocidad de respuesta de la efectividad de una estrategia de turismo creativo, depende de los componentes de las redes ciudadanas creativas que impulsan las actividades de actores principales y el manejo de herramientas adecuadas (Vázquez-Alemán *et al.*, 2024). En la figura 4, se aprecia la composición de un modelo de redes ciudadanas creativas en correspondencia a las actividades propuestas por la UNESCO.

Figura 4.

Componentes del modelo de redes ciudadanas creativas desde la perspectiva de la UNESCO



Fuente: Elaboración propia a partir de lo sugerido por Vázquez-Alemán *et al.* (2024).

A partir de la teoría del impacto social y la autonomía del consumidor, se considera que los servicios automatizados y ejecutados por un robot, son moldeados algorítmicamente según los deseos de los clientes, razón por la que Feng, *et al.* (2025) subrayan que los clientes de servicios turísticos son más proclives y dispuestos a desarrollar comportamientos autónomos bajo un servicio robótico que bajo un servicio humano; dado que se percibe que los robots de servicio poseen menos influencia social que los empleados humanos, lo que genera en los clientes sentirse más cómodos y comportarse de forma más autónoma.

Con una perspectiva de transformación colaborativa, Yang (2025), plantea que se deben tomar medidas adecuadas para mejorar la capacidad y competitividad de una red ciudadana mediante una plataforma digital para el turismo creativo, lo que podrá ser monitoreada por tecnologías innovadoras digitales como

la inteligencia artificial, optimizando la asignación de recursos al sector turístico al garantizar el funcionamiento de la plataforma en línea para brindar servicios oportunos y efectivos.

Por su parte, Mendieta-Aragón, Rodríguez-Fernández & Navío-Marco (2025) destacan que el uso turístico de las plataformas de economía colaborativa digital, podrían atender diferentes clústeres de turismo creativo de alta intensidad, generando una derrama económico social espacial que solventa las interdependencias entre regiones comunitarias del turismo colaborativo, lo que complementa el estudio de Sorokina, *et al.* (2022) demuestran que a través de los sistemas de marketing de destino se pueden desarrollar estrategias marketing inteligente de destinos turísticos, en las cuales, los esfuerzos o grupos de personas podrán gestionar los circuitos y rutas turísticas de lugares mediante la tecnología digital inteligente, facilitando el desarrollo de actividades confluientes entre el gobierno, las empresas, la académica y la sociedad, basadas en la gobernanza eficaz de las innovaciones inteligentes.

Sin embargo, en Oleksy & Lassota (2025) se estima que la mayoría de la gente adulta todavía percibe los espacios virtuales como distintos de las ubicaciones del mundo real; sin embargo, los adolescentes inmersos en el uso de las tecnologías digitales, los perciben equivalentes, lo cual demuestra que un mayor apego a los espacios virtuales predice la creencia de equivalencia relacionada entre lugares del mundo real que impulsa la voluntad de migrar a entornos virtuales, redefiniendo los lugares a medida que la tecnología transforma rápidamente sus entornos y atmosferas creativas (Castro Cuadras y Herrera Prado, 2025).

Las estrategias clave del *task forces* o esfuerzos de grupos de trabajo informal, podrá generar la ambientación propia de la comunidad, en virtud de su conocimiento de residente con base a la plaza o circuitos comunitarios; a lo que Serrano Leyva, *et al.* (2023) reconocían como placemaking creativo, mediante una estrategia transversal principalmente en localidades como el Pueblo Mágico de Mocorito que está inmerso en una región mayormente rural, si se analiza a partir de los principios propuestos por Greg Richards que relacionan los recursos, el significado cultural, la vocación económica y la creatividad de una localidad con potencialidades turísticas en sus espacios rurales, por lo cual, consideran es necesario el mapeo de emprendimientos creativos y su conjunción en una plataforma digital para la co-creación de experiencias y comercialización.

Por otra parte, Dhir, *et al.* (2025) refiere la creciente conciencia y sensibilización hacia temas sociales, ambientales y culturales relacionados con los turistas, los residentes y las empresas turísticas da muestra de los procesos multidimensionales que involucran a diversos actores representantes del gobierno, las empresas y la sociedad con el compromiso socialmente responsables al implementar medidas de protección, hospitalidad y cuidado al visitante, de forma que los esfuerzos del grupo de personas de una organización turística incidan en mejores experiencias tanto para los esfuerzos o trabajadores como para los turistas.

Su, et al. (2025) muestran que la centralidad y la heterogeneidad de la red de la industria del turismo afectan positivamente al rendimiento, la rentabilidad y los beneficios que configuran el éxito empresarial en la hostelería y el turismo, mejorando el desempeño de la hospitalidad de los esfuerzos o grupos de personas que aportan actividades y experiencias únicas a los turistas con un comportamiento innovador mediado por la relación entre la centralidad del liderazgo, la heterogeneidad de las tendencias turísticas y el rendimiento de la red al adoptar cambios o mantener el status quo.

Así, con relación a la perspectiva de la sociedad, en la figura 5 se identifican los componentes de los modelos comunitarios autogestionados a partir de una gestión descentralizada para incidir en las comunidades de la localidad y la región como proveedoras directas de experiencias creativas mediante circuitos turísticos económicos solidarios que permitan elevar el nivel ingresos de los habitantes al utilizar diversas estrategias de mercadotecnia y enseñanza colaborativa con las cuales el residente creador o portador del *expertis* vivencial objeto de turismo, pueda desarrollar actividades de pedagogía colaborativa mediante talleres donde los turistas co-produczcan un producto con la orientación de los creadores, generando así una experiencia vivencial única en el turista.

Figura 5.

Componentes del modelo comunitario de formación autogestionada



Fuente: Elaboración propia a partir de lo sugerido por Noel Mansilla (2021).

De acuerdo con Noel Mansilla (2021) un modelo comunitario autogestionado tiene como propósitos principales el minimizar la intermediación comercial y empoderar a las comunidades mediante la aplicación y registro de saberes tradicionales que se realizan con la colaboración de la mayor parte de los agentes sociales de una comunidad mediante la gestión descentralizada, el diseño de circuitos económicos, turísticos propios de la localidad para generar experiencias solidarias en las que se pueden aplicar

pedagogías colaborativas para que el turista tenga una experiencia de aprendizaje vivencia a partir de la cultura y las tradicionales de la comunidad y la región.

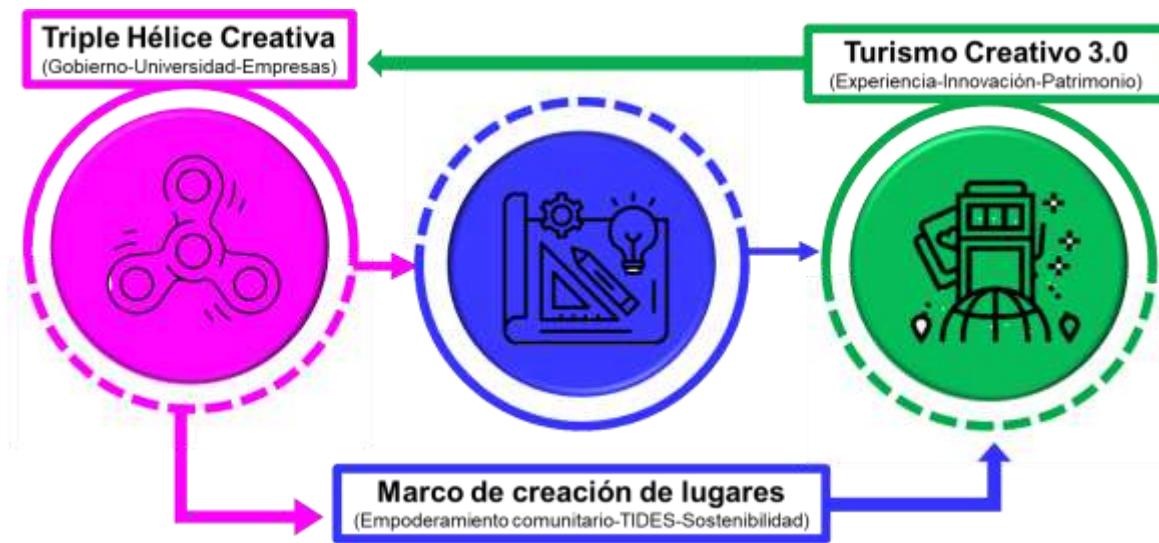
En este marco, Samaan, *et al.* (2025) resaltan el potencial de los modelos de aprendizaje profundo para capturar patrones de turismo en plataformas web multilingües para identificar las estrategias adecuadas para la previsión del tráfico digital adecuado para la gestión de redes en el mundo real; razón por la cual se busca una asignación eficaz de los recursos del grupo de trabajo en red mediante los sitios web, evitando posibles congestiones y manteniendo la calidad del servicio.

Asimismo, Serrano-Leyva, *et al.* (2021) y Tresserras (20 de Abril de 2023) confirman que mediante la personalización de las experiencias turísticas a través del uso de plataformas digitales se podrá lograr la preservación patrimonial al identificar los componentes principales de los modelos de turismo creativo propios de la triada del gobierno, las empresas y la sociedad, se precisa un modelo de referencia integral que agrupe los otros modelos antes presentados desde la perspectiva de la UNESCO. En la figura 6 se observa la composición de los modelos *task force* de referencia integrada que recupera desde esta perspectiva la integración de la triple hélice creativa (gobierno, empresa y sociedad).

Castillo-Reina y Cruz Vásquez (2022) argumentan que la innovación en el turismo se materializa a partir de la experiencia del turista, razón por la cual, las empresas deben generar cambios en el perfil tradicional del turista para pasar al aprendizaje incremental y disruptivamente útil, respecto a la información con la que cuenta una comunidad y la necesidad de competir de manera unificada con otros subsectores de la economía, armonizando estrategias que les permita verse como industrias unificadas en destinos turísticos que desean sobreponerse a otros, desarrollan actividades derivadas de la co-creación, por lo que Feng, *et al.* (2025) proponen un marco de gobernanza con tres componente o capas que integren a la comunidad fuera de la cadena de suministro de los servicios turísticos, las estrategias dentro de la cadena y definición de impulsores determinantes como roles, incentivos, comunicación, toma de decisiones y evolución del valor.

Figura 6.

Componentes del modelo task force de referencia integrada para un Pueblo Mágico



Fuente: Elaboración propia, siguiendo a Ricardo-Leal *et al.* (2023), Seyfi, *et al.* (2025), Vázquez-Alemán *et al.* (2024), Noel Mansilla (2021), Serrano-Leyva, *et al.* (2021) y Tresserras (20 de Abril de 2023)

De acuerdo con Rodríguez Sánchez y Cuellar Chaves (2025) un modelo integrado para el turismo creativo gastronómico aplicable a un pueblo mágico, deberá atender la articulación interinstitucional entre el gobierno, las empresas, la sociedad y el sector académico para generar flujos de conocimiento y mecanismos de indagación científica que prioricen la preservación cultural patrimonial y tradicional, considerando que la gastronomía es un elemento distintivo de este patrimonio, aprovechando el uso de tecnologías para la co-creación y sustentabilidad de encadenamientos productivos que sitúan a modelos de turismo creativo con mejores niveles de personalización experiencial al implementar tecnologías innovadoras digitales emergentes como son las plataformas digitales y la inteligencia artificial como estrategias del turismo creativo 3.0.

Así también, en virtud que la actividad turística ha mostrado gran versatilidad y flexibilidad al ocupar una posición relevante en la economía local y comunitaria, para visualizar las relaciones de poder en *task forces*, Ricardo-Leal, *et al.* (2023) proponen el modelo gestión integrada de la actividad turística como contribución al desarrollo local comunitaria con escalabilidad multiformato caracterizado por la simbiosis de diversos grupos de trabajo (*task force*) determinados por cuatro tipo de factores diferenciadores: 1) la capacidad formativa de los actores que promueven el territorio turístico, 2) la disposición para la convocatoria y la concertación, 3) la competitividad o consideraciones de recursos locales (naturales, físicos, humanos, patrimoniales e intangibles) y 4) la preservación del territorio, identidad, patrimonio y valores culturales.

En este sentido, para garantizar una gestión efectiva de la actividad turística en la Región del Évora, situada en Sinaloa México, y particularmente en Mocorito Pueblo Mágico como corazón del Évora, el gobierno, las empresas, la academia y la sociedad civil como actores principales de la gestión turística (ver figura 7), podrían fortalecer y consolidar los *task force* de turismo creativo gastronómico, dando a conocer a través de medios digitales las vocaciones gastronómicas de la localidad, mediante herramientas tecnológicas digitales que permitan identificar y medir la incidencia de las actividades turísticas vinculadas a la gastronomía y el desarrollo sostenible, contribuyendo así en el desarrollo local de la comunidad y la región; para lo cual, se podrán utilizar indicadores del sistema de gestión turística municipal para la sostenibilidad turística que se plantea en Moniche & Gallego (2023).

Figura 7.

Incidencia de los principales actores en la gestión turística en el desarrollo local



Fuente: Elaboración propia

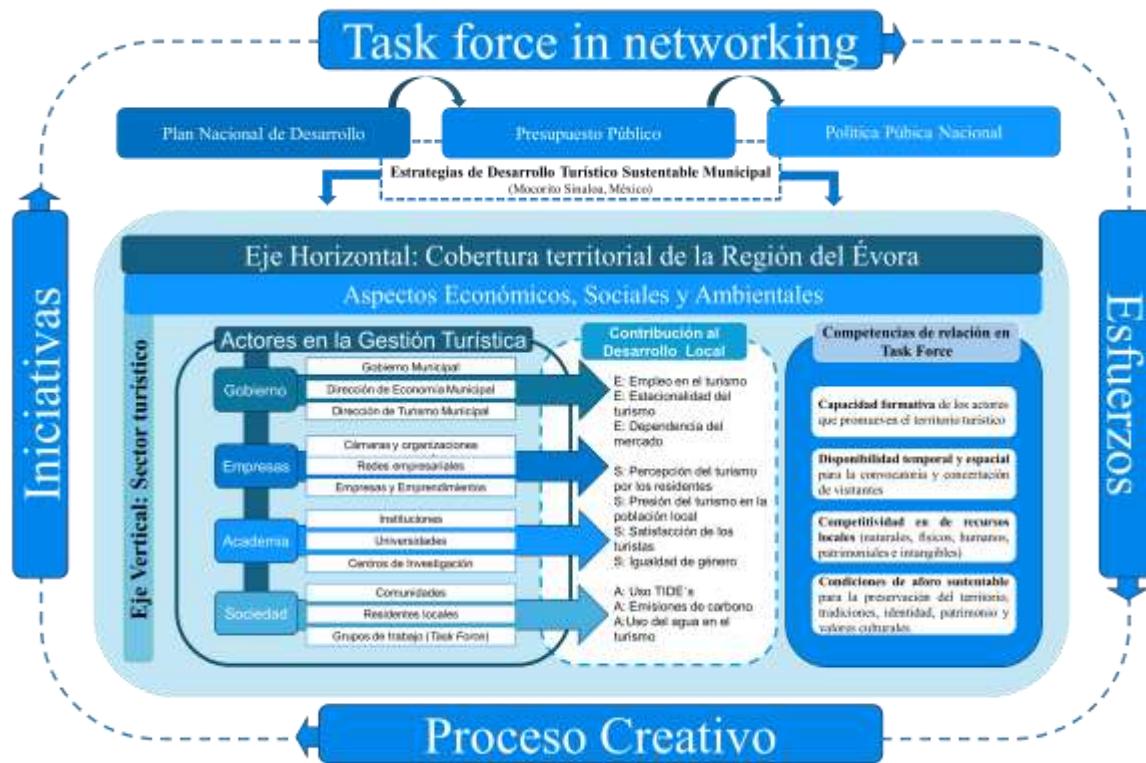
Según lo sugiere la Organización para la Cooperación Económicas y Desarrollo [OECD (2024)], esto puede ser adaptable a un estudio de caso geográfico, territorial o sectorial relacionado con el desarrollo turístico sostenible mediante diversos indicadores relacionados con los aspectos económicos, sociales y ambientales. Por esta razón, se recupera el ordenamiento categórico del modelo de Ricardo-Leal, *et al.* (2023) para

adaptarlo al modelo de *task force in social network* con criterios económicos, sociales y ambientales adaptativos al Pueblo Mágico de Mocorito que se podrán describir a partir del eje horizontal referente a la cobertura territorial de la Región del Évora donde se encuentra el Pueblo Mágico de Mocorito, y el eje vertical referente al sector turístico impulsado por la vocación gastronómica de la comunidad.

De esta manera, en la figura 8 se identifican los componentes esenciales del modelo de grupos de trabajo en red (*Task force in networking*) que realizan actividades económicas creativas informales, no emprendedoras y no empresariales pero que se apropian de procesos creativos a partir del patrimonio natural, cultural y tradicional de la comunidad; al ser impulsados por las iniciativas del gobierno, las empresas, la académica y la sociedad de la comunidad.

Figura 8.

Componentes del modelo de turismo creativo de task force en red



De ahí que, con base al modelo de Ricardo-Leal, *et al.* (2023) se identifican las estrategias de desarrollo turístico sustentable municipal a partir del plan nacional de desarrollo, el presupuesto público y las políticas públicas nacionales aplicables a una cobertura territorial Li & Gao (2025), que para el caso de estudio se

refiere a la Región del Évora donde se concentra el Pueblo Mágico de Mocorito, considerando los principales actores, contribuciones y competencias del sector turístico, en el cual las iniciativas serán impulsadas por los actores de la gestión turística para contribuir al desarrollo local desde una perspectiva económica, social y ambiental, para lo que los *task force* o esfuerzos de los grupos de trabajo de en red, podrán fortalecer la relación de competencias a desarrollar por los esfuerzos del proceso creativo

CONCLUSIONES

Los hallazgos conducen a identificar esfuerzos de autoempleo y emprendimiento creativo en los modelos *task forces* que vinculan los destinos turísticos creativos relacionados con el sector gastronómico. Los componentes de estos modelos son estructurales y adaptativos a las estrategias de cuádruple hélice, con las cuales, el gobierno, las empresas, la académica y la sociedad civil articulan esfuerzos siguiendo un orden interinstitucional y flujos de conocimiento basado en la consecución de los objetivos de desarrollo sostenible dirigido en cuatro ejes para: 1) el empoderamiento comunitario a partir del diseño de experiencias auténticas y creativas, 2) uso de tecnologías innovadoras digitales para la co-creación, 3) sostenibilidad de los encadenamientos productivos y 4) desarrollo local para la sostenibilidad mediante el turismo creativo. Se pudo observar que los componentes clave que debe integrar un *task force* como grupo de trabajo de turismo creativo gastronómico para potenciar el desarrollo local comunitario, son la articulación interinstitucional entre el gobierno, las empresas, la academia y la sociedad enfocadas en el cuadrante del sector turístico y la cobertura territorial de la región en donde se concentra la comunidad de impacto, para lo cual, se requieren definir estrategias relacionadas con los patrones gastronómicos regionales como patrimonio cultural y tradicional de la comunidad, lo cual permitiría crear una marca regional como la de chilorio express (marca registrada de una empresa que efectúa recorridos turísticos locales en trenecitos). Así como un enfoque circular *top to bottom-bottom up* (de arriba hacia abajo y viceversa) el gobierno y las empresas podrán coordinar esfuerzos con redes de creadores locales, residentes artísticos y residentes gastronómicos, en la co-creación de experiencias inmersivas al desarrollar estrategias de oferta, comercialización, formación, información y recreación de experiencias turísticas a partir de la gastronomía tradicional de la región y la comunidad.

Es claro que en el caso de los pueblos mágicos es más pertinente una propuesta híbrida público-privado-social para destacar los atributos de la comunidad, con el respaldo de universidades y centros de investigación; asociaciones empresariales y cámaras de comercio; direcciones municipales de turismo, economía, cultura y desarrollo social; y organizaciones no lucrativas de la sociedad civil para cumplir

propósitos de rehabilitación de centros históricos, capacitación en gestión cultural, fomento e impulso a los sectores hotelero, restaurantero, transporte y agencias de desarrollo turístico.

Debido a la elevada capacidad multimodal del sector turístico en lo general, existen diversos formatos y tipos de experiencias turísticas entre las que se destaca el apartado gastronómico y cultural, que podrán ser impulsadas desde el registro y orientación de políticas públicas para el fomento del turismo creativo y sustentable.

Si bien, los intereses de los turistas cambian exponencialmente en la medida que la disruptión tecnológica se impone, al facilitar una mayor participación e interacción con los medios digitales; no obstante, las estrategias de turismo creativo alineadas a la riqueza natural, cultural y productiva de una región, podría despertar nuevos intereses y derivar nuevas tipologías de turismo, como clasificaciones de turismo alternativo, definidos por viajes con propósitos formativos, recreativos y de cuidado como es el ecoturismo, de aventura, de salud o *wellness* en contextos rurales, lo que genera áreas de oportunidad para la región del Évora y para Mocorito en especial al a través de actividades recreativas que surgen con el fin de interactuar con la naturaleza y las expresiones culturales de lugar, y con el propósito de conservar los recursos naturales, tradicionales y culturales de la comunidad, ya sea mediante festivales gastronómicos como el festival del chilorio o el Évora Fest que ha sido documentado empíricamente por el Chef Eloy Aluri como Coordinador de programas de la Fundación GANFER al promover la gastronomía de Sonora.

Considerando que el diseño de estrategias de esfuerzos emprendedores generados por los *task force* relacionados con la gastronomía y el turismo, se podrá incidir en el desarrollo local de la región y la localidad a partir de estrategias de desarrollo turístico sustentable municipal aplicadas en Mocorito Sinaloa, México; razón por la cual, se podrá continuar la indagación sobre este caso de estudio referido al Pueblo Mágico de Mocorito, donde el *task force* gastronómico podría estar contextualizado en el Hotel-Plaza de recreación gastronómica denominado Punto Madero; que podría representar a un equipo de trabajo provisional creado específicamente para una tarea concreta correspondiente a la elaboración de pepitorias y dulces típicos de Mocorito al trabajar de manera conjunta con un equipo que ya existe en dicha misión, y por un periodo de tiempo definido con la finalidad de impulsar actividades que favorezcan el turismo cultural y creativo de la Región del Évora, Sinaloa México.

En este marco de estudio, se entiende que el sector turístico creativo no es simplemente un imitador y requiere un marco de análisis propio según su vocación o enfoque del que se trate, como en este caso es el gastronómico, con el propósito de ofrecer directrices integrales y adaptables para un mejor desarrollo local desde las prácticas de gobernanza y aplicación de plataformas digitales colaborativas basadas en blockchain, inteligencia artificial y realidad aumentada.

Se concluye que el modelo *task force* de turismo creativo para la sostenibilidad debe configurarse con base a los ecosistemas territoriales para el diseño y co-creación de experiencias personalizadas adaptadas a la innovación de plataformas digitales para generar un impacto de preservaciones de los recursos culturales gastronómicos, de tal forma que el desarrollo local pueda consolidarse al mantener la sostenibilidad de las actividades gastronómicas en el tiempo, la consistencia en su elaboración y el sentido de identidad patrimonial.

Para lograr que los modelos *task forces* del subsector turístico creativo de gastronómico relacionados con el patrimonio cultural de la comunidad, logren incidir favorablemente en el destino turístico creativo del Pueblo Mágico de Mocorito y la sostenibilidad del desarrollo local, se deberán integrar enfoques innovadores desde la planificación territorial creativa para la gobernanza 4 hélice, la interoperabilidad y articulación institucional, el mapeo de activos culturales endógenos, el diseño de experiencias co-creadas mediante el prototipado colaborativo y la integración de las tecnologías digitales que den soporte a los ecosistemas del territorio turístico para la sostenibilidad integral del turismo creativo; con lo cual, se podrían generar evidencias aplicable a políticas públicas y modelos de gestión turística participativa para el desarrollo local.

Finalmente, se reconoce que al analizar componentes estructurales y los modelos de *task forces* en destinos turísticos creativos relacionados con el sector gastronómico como patrimonio cultural promovido por la UNESCO, se dejan abiertas líneas de investigación a seguir en estudios posteriores, consistentes en la promoción de la gastronomía sinaloense para dar visibilidad a las estrategias de vitrinas gastronómicas regionales, clasificar estrategias específicas que desarrollan los *task forces* en el turismo creativo en Sinaloa para propiciar una incidencia favorable al desarrollo local de sus pueblos mágicos, además de identificar lo que promueven los programas gubernamentales relacionado al turismo creativo gastronómico en México.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Betancourt Ludeña, K. L. (2024). *Artesanías, personas, procesos y entornos únicos: Componentes claves del turismo creativo*. Caso Parroquias rurales Taquil, San Lucas y Gualel, Loja, Ecuador, <https://zenodo.org/records/13770056>
- Barton, B. & Goh, E. (2025). Last chance tourism: A systematic literature review and future research directions, *Tourism Management Perspectives*, 57 (June, 101361), pp. 1-12. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2025.1013614>
- Bayro, A.; Ghasemi, Y.; Dai, T. & Jeong, H. (2025). Modeling physiological and perceived responses in remote collaborative virtual environments: A comparative study of HMD and desktop platforms,

Computers in Human Behavior Reports, 18 (May, 100691), DOI:
<https://doi.org/10.1016/j.chbr.2025.100691>

Bingöl, S. & Yang, Y. (2025). Integrating smart technologies and artificial intelligence to build smart tourism destination ecosystems: A model for smart destination management, *Tourism Management Perspectives*, 58 (September, 101380), DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2025.101380>

Castillo-Reina, M.A. y Cruz Vásquez, J.L. (2022). La innovación en el sector turístico: una aproximación a los servicios y la cocreación, *Turismo y Sociedad*, 1 (30), pp. 26-49. DOI: <https://doi.org/10.18601/01207555.n30.02>

Castro Cuadras, D.L. y Herrera Prado, A.L. (2025). La atmósfera creativa que se genera a partir de la oferta de experiencias gastronómica en Mazatlán Sinaloa. En Herrera Prado, A.L; Torres Jaquez, M.E. (Coord). *Destinos Turísticos Creativos: Conceptos y aplicaciones*, Universidad Autónoma de Occidente y Tirant Lo Blanch.

Chávez Rodríguez, J.R. y Frías Sarmiento, E. (2016). Modernización regional y centralidad en el caso de Guamúchil, Sinaloa, México (1940-1960), *América Latina en la historia económica*, 23 (3), pp. 174-203. DOI: <https://doi.org/10.18232/alhe.v23i3.721>

Delange, B.; Popoff, B.; Séité, T.; Lamer, A. & Parrot, A. (2025). LinkR: An open source, low-code and collaborative data science platform for healthcare data analysis and visualization, *International Journal of Medical Informatics*, 199 (July, 105876), DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijmedinf.2025.105876>

Dhir, A.; Meenakshi, N.; Nicolau, J.L. & Kaur, P. (2025). Wokeness in tourism management: Perceptions, attributes, and consequences, *Tourism Management*, 109 (August, 105131), pp. 1-23. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2025.105131>

Feng, G.; Wang, Z.; Zhao, X.; Liu, N. & Shi, X. (2025). A Governance Framework for Blockchain-based Manufacturing Collaborative Platform, *Fundamental Research*, Available online 5 June 2025, DOI: <https://doi.org/10.1016/j.fmre.2024.12.012>

Huang, Y.; Qian, L. & Tu, H. (2025). When social media exposure backfires on travel: The role of social media-induced travel anxiety, *Tourism Management*, 110 (October, 105163), DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2025.105163>

Hu, X. & Dang, L. (2025). Impacts of goal attainment on rural tourism entrepreneurs' subjective well-being: The perspective of intergenerational differences, *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 62 (March), pp. 83-95. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2025.01.004>

- Kim, M.S. & Baker, M.A. (2024). Sustainable tourism employment: A comprehensive overview of tourism employees' experience from a tourist-employee interaction perspective, *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 60 (September), pp. 228-238. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2024.07.009>
- Koll, E.; Wang, X. & Lin, M.S. (2025). Digital nomadism as a form of travel: A phenomenological study of going on a workation, *Tourism Management*, 110 (October, 105185), DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2025.105185>
- Li, H. & Gao, L.F. (2025). Character is fate: How tourism entrepreneurs' extraversion and agreeableness affect their market exit in the sharing economy, *Tourism Management*, 106 (February, 105029), DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2024.105029>
- Lee, Y.; Seo, Y.; Park, S. & Chung, N. (2025). Regional functions of tourist destination: Application of spatial signatures, *Tourism Management*, 111 (December, 105226), DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2025.105226>
- López, C. A. (2024). Turismo Experiencial y su impacto positivo en las comunidades. *Cuaderno 223*, Centro de Estudios en Diseño y Comunicación.
- Ma, X.; Su, W. & Kang, S. (2025). Role-shaping of rural tourism entrepreneurs and an interpretative framework: A knowledge transfer perspective, *Tourism Management*, 110 (October, 105188), DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2025.105188>
- Ma, X.; Zhao, Y. & Su, W. (2025). When hosts meet guests: Local residents' identity construction amidst rural tourism gentrification, *Annals of Tourism Research*, 112 (May, 103951), DOI: <https://doi.org/10.1016/j.annals.2025.103951>
- Mendieta-Aragón, A.; Rodríguez-Fernández, L. & Navío-Marco, J. (2025). Tourism usage of digital collaborative economy platforms in Europe: Situation, behaviours, and implications for the digital policies, *Telecommunications Policy*, 49 (1), DOI: <https://doi.org/10.1016/j.telpol.2024.102874>
- Mendoza Carrazana, Y.; Méndez Delgado, E. & Lloret Feijóo, M.C. (2024). Metodología para el diseño de estrategias de desarrollo local basadas en el turismo cultural, *Economía y desarrollo*, 168 (0), pp. 1-20. DOI: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=10071968>
- Moliner Tena, M.A.; Rodríguez Artola, R.M.; Callarisa-Fiol, L.J. & Algueró-Boronat, M. (2024). Local Government Tourism Officer satisfaction with the Smart Destination model: A case study with the Kano method, *Journal of Destination Marketing & Management*, 34 (December, 100951), pp. 1-14. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2024.100951>

- Moniche, A. & Gallego I. (2023). Benefits of policy actor embeddedness for sustainable tourism indicators' design: the case of Andalusia, *Journal of Sustainable Tourism*, 31 (7), pp. 1756-1775. DOI: <https://doi.org/10.1080/09669582.2021.2024551>
- Noel Mansilla, M. (2021). Turismo creativo: fundamentos y posibilidades de desarrollo en Argentina, *Revista de Turismo e Identidad*, 2 (2), pp. 125-153. URL: <https://revistas.uncu.edu.ar/ojs3/index.php/turismoeindentidad/article/view/5484>
- Oleksy, T. & Lassota, I. (2025). Are virtual places perceived as real? Belief in equivalence of virtual and physical spaces and its role in shaping willingness to migrate to virtual worlds, *Technology in Society*, 82 (September, 102943), *Technology in Society*, 82 (September, 102943), DOI: <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2025.102943>
- Organización para la Cooperación Económicas y Desarrollo [OECD (2024)]. *Medición y control de la sostenibilidad del turismo a escala regional en España: Sistema de indicadores y guía de compilación*, OECD Publishing, Paris, <https://doi.org/10.1787/9f52ddd8-es>.
- Perera Tellez, G.: Betancourt García, M.E.; Gerson Herrera Pupo, G. y Montenegro Reyes, D. (2023). La gobernanza turística como instrumento dinamizador en destinos de ciudades patrimoniales. Caso ciudad de Camagüey, Cuba, *Gran Tour: Revista de Investigaciones Turísticas*, 1 (27 enero-junio), pp.47-70. URL: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9043976>
- Ribeiro, M.A.; Adam, I.; Kimbu, A.N.; Dayour, F.; Adeola, O. & Tichaawa, T.M. (2025). Resilience in uncertainty: The impact of coping strategies on tourism entrepreneurs' subjective well-being in sub-Saharan Africa, *Tourism Management*, 110 (October, 105169), DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2025.105169>
- Ricardo-Leal, I.; Velázquez Zaldívar, R.; Batista Matamoros,C.R. y Triana Cordoví, J. (2023). Modelo y procedimiento para la gestión integrada de la actividad turística como contribución al desarrollo local, *Ingeniería Industrial*, 44(3), pp. 194-212 URL: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9456552>
- Rodríguez Sánchez, J. y Cuellar Chaves, M. M. (2025). Las rutas del turismo: un Pueblo Patrimonio del Tolima (Colombia) y el Pueblo Mágico en el Valle Poblano-Tlaxcalteca (México), *Antrópica revista de ciencias sociales y humanidades*, 11 (21), pp. 101-124. DOI: <https://doi.org/10.32776/arcsh.v11i21.491>
- Samaan, S.S.; Korial, A.E.; Sarra, R.R. & Humaidi, A.J. (2025). Multilingual web traffic forecasting for network management using artificial intelligence techniques, *Results in Engineering*, 26 (June, 105262), pp. 1-17. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.rineng.2025.105262>

- Seyfi, S.; Nsom Kimbu, A.; Tavangar, M.; Vo-Thanh, T. & Zaman, M. (2025). Surviving crisis: Building tourism entrepreneurial resilience as a woman in a sanctions-ravaged destination, *Tourism Management*, 106, pp. 1-14. (February, 105025), <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2024.105025>
- Serrano-Leyva, B.; Díaz-Pompa, F.; Feria-Velázquez, F.F. y Richards, G. (2021). Estudio bibliométrico sobre turismo creativo en Scopus, tendencias y futuras líneas de investigación, *Biblios*, 1 (82), pp. 64-86. DOI: <https://doi.org/10.5195/biblios.2021.979>
- Serrano Leyva, B.; Feria Velázquez, F.F. y Díaz Pompa, F. (2023). Placemaking Creativo: alternativa en tiempos pos-Covid, COODES: Cooperativismo y Desarrollo, 11(3), e575. URL: <https://coodes.upr.edu.cu/index.php/coodes/article/view/575>
- Sorokina, E.; Wang, Y.; Fyall, A.; Lugosi, P.; Torres, E. & Jung, T. (2022). Constructing a smart destination framework: A destination marketing organization perspective, *Journal of Destination Marketing & Management*, 23 (March, 100688), DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2021.100688>
- Su, H.; Li, S.; Wen, T. & Liang, Y. (2025). The impact of industry network strength, centrality and heterogeneity on entrepreneurial performance in the hospitality and tourism: Perspectives on innovation and leadership, *International Journal of Hospitality Management*, 127 (May, 104088), <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2025.104088>
- Tresserras, J. (30 de marzo de 2021). *El turismo cultural y creativo hoy*, UNESCO. URL: <https://www.unesco.org/es/articles/el-turismo-cultural-y-creativo-hoy>
- Tresserras, J. (20 de Abril de 2023). El turismo cultural y creativo hoy. UNESCO, URL: <https://www.unesco.org/es/articles/el-turismo-cultural-y-creativo-hoy>
- Um, T.; Lee, M.; Back, K.J. & Chung, N. (2025). Does Airbnb matter to the domestic tourism market? Empirical evidence from Airbnb supply and tourism demand in South Korea, *Tourism Management Perspectives*, 58 (September, 101381), URL: <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2025.101381>
- Varela, V.R. (2013). *Innovación Empresarial: Arte, Ciencia en la Creación de Empresas*. Pearson Prentice Hall.
- Vázquez-Alemán, A.E.; Campos Cámara, B. y Frausto Martínez, Ó. (2024). Experiencias culturales sostenibles: prácticas de turismo creativo en las Ciudades Creativas Mexicanas de la UNESCO. *Revista de Investigación en Turismo y Patrimonio*, 7 (2), pp. 130-148. URL: <https://www.jthr.es/index.php/journal/article/view/564>
- Wang, A.; Zhu, G. & Li, J. (2025). Collaborative supervision of dangerous goods supply chain: A blockchain-based conceptual platform, *Computers & Industrial Engineering*, 200 (February, 110818), DOI: <https://doi.org/10.1016/j.cie.2024.110818>

Yang, J. (2025). Digital Intelligence Empowerment: Collaborative Transformation of Equalization of Public Services on Online Platforms, *Procedia Computer Science*, 261 (1), pp. 279-286. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.procs.2025.04.204>

Zhang, S.; Tang, E.; Cheng, H.; Gao, X.; Guo, A.; Zhao, J.; Chen, X.; Wang, L.; Meng, N. & Li, X. (2025). BlockSOP: A blockchain-based software management platform for open collaborative development, *Journal of Systems and Software*, 230 (December, 112477), DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jss.2025.112477>

Zhong, L.; Xu, Z.; Li, X.; Law, R.; Wang, Y. & Zhu, M. (2025). Exploring the therapeutic potential of long-term virtual tourism: Empowering tourists on the path to depression recovery, *Tourism Management*, 111 (December, 105221), DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2025.105221>