
El artículo se publica como ahead of print. Ha superado la revisión por pares y ha sido aceptado para un número futuro. Esta versión es citable, aunque la versión final podrá incorporar ajustes formales no sustantivos.

This article is published ahead of print. It has undergone peer review and has been accepted for a forthcoming issue. This version is citable, although the final version may include non-substantive formal revisions.

Nuevos Pueblos Mágicos como producto cultural: metodología multicriterio para el turismo creativo

Paola M. Canizalez-Ramírez¹; Martín León-Santiesteban²; Silvestre Flores-Gamboa³

¹ Universidad Autónoma de Occidente. paola.canizalez@uadeo.mx. ORCID: 0000-0002-5972-9563

² Universidad Autónoma de Occidente. leonsantiesteban@gmail.com. ORCID: 0000-0002-8632-3833

³ Universidad Autónoma de Sinaloa. silver@uas.edu.mx. ORCID: 0000-0002-4009-9442

Cite: Canizalez-Ramírez, P. M.; León-Santiesteban, M. & Flores-Gamboa, S. (2026). Nuevos Pueblos Mágicos como producto cultural: metodología multicriterio para el turismo creativo. PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, 24(3), 202624051. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2026.24.051>

Recibido: 28/08/2025 · Reenviado: 05/10/2025 · Aceptado: 23/10/2025 · Sometido a evaluación por pares anónimos

Resumen: Este artículo analiza las relaciones entre patrimonio, identidad y desarrollo territorial en municipios con vocación turística, actividad cultural y creatividad. Se propone una metodología de evaluación para la incorporación de localidades al programa Pueblos Mágicos en México, utilizando el método OWA, herramienta multicriterio que integra variables cuantitativas y pondera atributos territoriales, culturales y turísticos, generando escenarios para la toma de decisiones. La metodología se aplicó en cuatro municipios del estado de Sinaloa, construyéndose un índice de competitividad territorial turística con indicadores como densidad de servicios, conectividad, oferta cultural y percepción de autenticidad. Los resultados evidencian la utilidad del modelo para jerarquizar destinos según su desempeño. La discusión sugiere que este enfoque reduce la discrecionalidad en los procesos de nominación, fortaleciendo la coherencia territorial. Se concluye que el método OWA es pertinente en contextos con heterogeneidad socioterritorial y limitaciones estructurales, aportando una herramienta técnica replicable para mejorar la gobernanza y la planificación turística.

Palabras Clave: turismo creativo; economía cultural; OWA; Pueblos Mágicos; método multicriterio

New Pueblos Mágicos as a Cultural Product: A Multicriteria Methodology for Creative Tourism

Abstract: This article explores the relationships between heritage, identity, and territorial development in municipalities with a tourism vocation, cultural activity, and creative dynamics. It proposes an evaluation methodology for incorporating localities into Mexico's Pueblos Mágicos programme through the OWA method, a multicriteria tool that integrates quantitative variables and weights territorial, cultural, and tourism attributes to generate decision-making scenarios. The methodology was applied to municipalities in the state of Sinaloa by constructing an index of territorial tourism competitiveness based on indicators such as service density, connectivity, cultural offerings, and perceived authenticity. The results demonstrate the model's capacity to rank destinations according to performance. The discussion suggests that this approach minimises discretion in nomination processes and enhances territorial coherence. It is concluded that the OWA method is suitable for contexts characterised by socioterritorial heterogeneity and structural constraints, offering a replicable technical tool to strengthen governance and improve the planning of cultural and tourism development.

Keywords: creative tourism; cultural economy; OWA; Pueblos Mágicos; multicriteria method

1. INTRODUCCIÓN

La disrupción tecnológica y las transformaciones en la estructura productiva global a partir de la década de 1970 han acelerado el surgimiento de nuevas formas organizativas, conduciendo hacia una economía posindustrial. Esta economía cognitivo-cultural (Scott, 2008) se caracteriza por la consolidación de sectores económicos híbridos y por industrias culturales con estructuras flexibles, de base tecnológica y transaccional, fundamentadas en la creatividad (Canizalez-Ramírez, 2022). En este contexto, la producción exige la superposición de habilidades y mercados de mano de obra y capacidades diversas, así como la innovación dentro de un sistema productivo descentralizado pero interconectado, sostenido por economías de aglomeración y un entorno sociocultural único.

La concentración de productores y empresas responde a la naturaleza de los bienes y servicios culturales: creativos, idiosincráticos, portadores de valor simbólico, ideológico y estético. Son características que determinan dinámicas espaciales y temporales específicas en los procesos productivos, cuya lógica económica depende fundamentalmente de interacciones sociales, el intercambio y la apropiación de conocimiento como motor de la innovación.

De esta manera, la emergencia de una nueva configuración socioeconómica propicia la convergencia entre turismo y creatividad, generando sinergias que contribuyen tanto a la consolidación como a la diversificación de destinos turísticos a partir de la valorización de recursos territoriales tangibles e intangibles. Donde el desarrollo turístico en contextos creativos y lúdicos favorece la aparición de nuevas prácticas que reconfiguran el espacio, impulsando la creatividad como fenómeno social colectivo e individual.

Además, la creatividad guarda una relación directa con la producción y el consumo de bienes y servicios ligados a las industrias culturales y creativas (Richards, 2011; 2020). Es aquí donde el turismo creativo surge de la economía creativa como alternativa al turismo masivo, priorizando experiencias culturales auténticas y la integración del visitante en la identidad local (Duxbury, 2021). Pues la economía creativa ha impulsado

innovaciones basadas en el patrimonio y la diferenciación cultural, consolidando así este enfoque turístico que dinamiza la creatividad y la implicación de los turistas en los destinos (Remoaldo et al., 2022).

Otro elemento, es la capacidad de las industrias creativas para articularse con el desarrollo de destinos turísticos es variable, pero puede resultar significativa, no solo en la oferta de nuevas modalidades de atracción, sino también en la construcción y consolidación del lugar-marca y la reputación del destino. Por consiguiente, el desarrollo de una industria cultural robusta auspicia la construcción del destino como producto turístico, donde la producción se retroalimenta con la vida cotidiana, y el consumo incrementa el valor de la estetización y la generación de mercados tanto locales como globales.

Aunque el turismo creativo se vincula estrechamente con la cultura, las ofertas culturales son inherentemente singulares a cada territorio. Seguido, las particularidades del lugar, concebido como un sistema complejo en el que los recursos culturales –tanto tangibles como intangibles– constituyen elementos estratégicos dentro de cadenas de valor agregado, desempeñan un papel clave en la evolución de los sistemas locales. Así, el desarrollo económico de los destinos y su posicionamiento depende de una óptima utilización y promoción de estos recursos, asegurando su viabilidad a largo plazo (Sepe, 2013).

De manera es que la creatividad, desde esta perspectiva, emerge como variable clave para la promoción turística. Asimismo, las micro, pequeñas y medianas empresas de perfil innovador que integran las industrias creativas encuentran en los flujos turísticos una palanca de desarrollo y fortalecen las cadenas productivas a partir de las sinergias de la creatividad e identidad territorial. Y los nodos urbanos, centros, barrios y distritos configuran itinerarios turísticos en expansión que interactúan con las industrias culturales (Waitt y Gibson, 2014).

Por lo tanto, el patrimonio cultural y la creatividad se hallan profundamente entrelazados y ambos instituyen su relevancia en la raíz territorial (Cerisola, 2019). Desde este enfoque, el turismo creativo se concibe como una estrategia integradora que abarca la sostenibilidad económica, social, cultural y ambiental, promoviendo la valorización comunitaria, el desarrollo personal de los visitantes y la reflexividad de los agentes turísticos (Ferreira et al., 2019).

Según con Richards (2020), la colaboración entre turismo y creatividad genera un valor simbólico añadido que refuerza la economía cultural local y diversifica la oferta turística, conectándose estrechamente con las tradiciones autóctonas y el patrimonio cultural. En este contexto, las experiencias se convierten en conceptos centrales para el turismo cultural, el patrimonio y los servicios culturales (Seyfi et al., 2020). Se comprende así, que la economía creativa posibilitó innovaciones multifacéticas basadas en el patrimonio y la cultura autóctona de los lugares, impulsando al turismo creativo que dinamiza la creatividad y participación de los turistas en los destinos (Remoaldo et al., 2022).

A esto, se suman la creación de atmósferas creativas o el *milieu* del destino turístico y sinergias territoriales que atrae agentes creativos, fomenta la interacción con la comunidad local y potencia el valor del patrimonio, el valor de la historia, arquitectura, la estética del entorno, la presencia de cadenas locales de producción, creación y consumo; son el sitio donde se encuentran inuidas las interacciones tácitas, convenciones, inspiración, las prácticas y capacidades creativas, el apego al lugar. Estas atmósferas, producto de la interacción entre espacio, personas y cultura, median emocionalmente para visitantes y agentes, estimulando la creatividad, la participación y transformando la estructura territorial hacia modelos propios del turismo creativo (Cheng y Chen, 2023; Wei et al., 2023).

Según Sharma et al. (2025), observan una evolución del turismo creativo por fases que iniciaron en 1990, y se reformulan cada diez años. La fase más reciente del turismo creativo es la 4.0, se distingue por experiencias culturales inmersivas, uso de tecnologías digitales, participación activa de la comunidad y un enfoque en la sostenibilidad y resiliencia local.

En este contexto, los estudios económicos y turísticos son mecanismos útiles para analizar nuevas formas organizativas, perfiles, crear diagnósticos de espacios y destinos emergentes. Resulta imprescindible adaptar y perfeccionar las estrategias turísticas, desarrollando metodologías que fomenten la creatividad, la innovación territorial, la sostenibilidad y resiliencia de los lugares, consolidando su competitividad local-global.

1.1. Dimensiones y componentes socio-territoriales del turismo creativo

El turismo creativo (figura 1) opera como una industria creativa donde la movilización del patrimonio cultural, la co-creación, las prácticas creativas y la gobernanza territorial convergen para dinamizar la economía y fortalecer el tejido social local (Cerisola, 2019; Richards, 2011). Su funcionamiento puede modelarse funcionalmente como:

$$[TC=f(PC+CO+PI+AC+GI)]$$

donde:

Turismo Creativo 4.0 (TC): este modelo representa la evolución contemporánea del turismo cultural, basada en experiencias inmersivas, aprendizaje colaborativo, co-creación y sostenibilidad, con la integración activa de comunidades locales en el desarrollo turístico (Remoaldo et al., 2022; Richards, 2011; 2020; Sharma et al., 2025).

Patrimonio Cultural (PC): el patrimonio material e inmaterial constituye el sustento creativo y simbólico de los destinos, dotando de autenticidad y singularidad la oferta turística y facilitando innovaciones arraigadas en la identidad local (Cerisola, 2019).

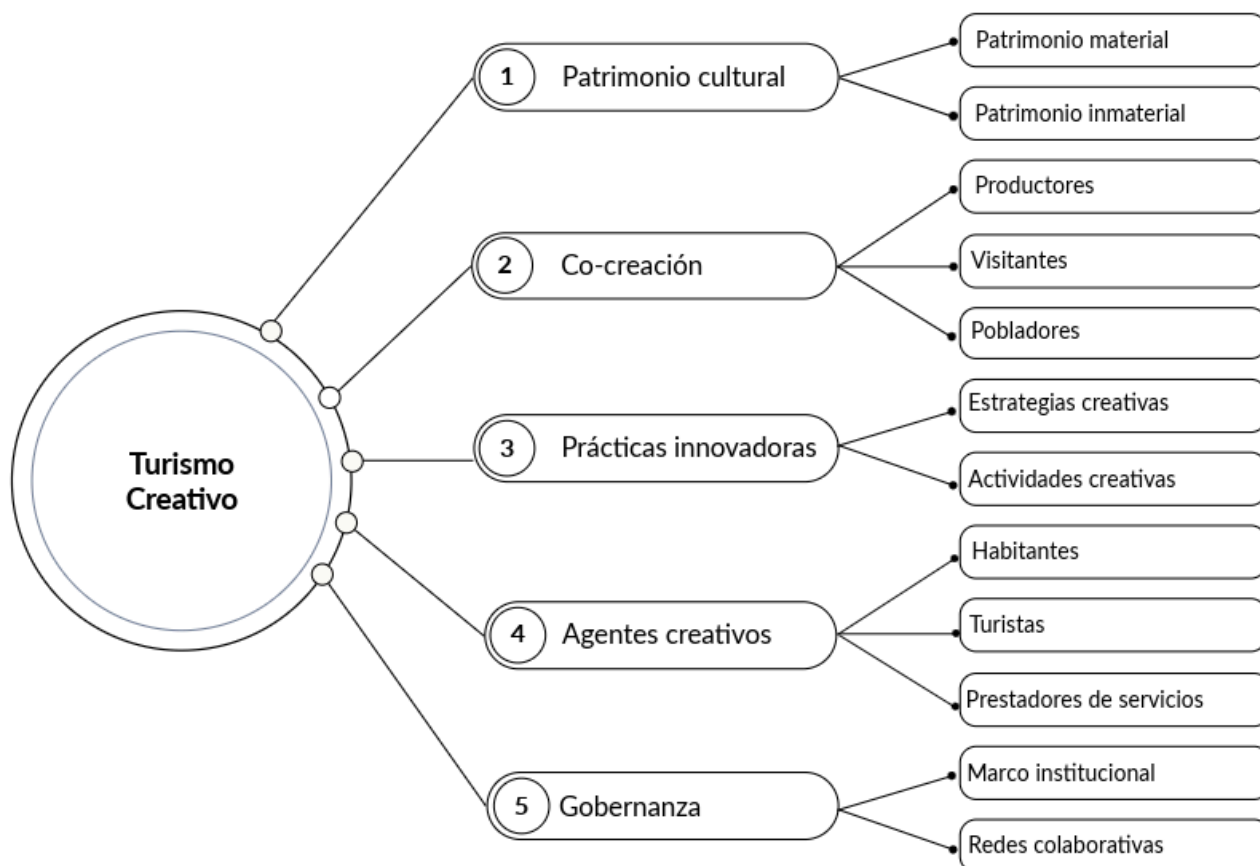
Co-creación (CO): la interacción entre productores, visitantes y residentes genera nuevas dinámicas de valor agregado y experiencias originales, dinamizando el consumo y la producción locales (Remoaldo et al., 2022). Inspiración, percepción, imaginarios y estética son insumos para la creatividad.

Prácticas Innovadoras (PI): estrategias y actividades creativas que promueven la experiencia, reinterpretación del patrimonio y activación del sentido de lugar, incorporando tanto actores locales como turistas y prestadores de servicios.

Agentes Creativos (AC): habitantes, turistas y prestadores de servicios que, mediante su participación y apropiación de recursos culturales, configuran ecosistemas creativos.

Gobernanza (GI): los marcos institucionales y las redes colaborativas estructuran procesos participativos y sostenibles, asegurando la resiliencia territorial y la calidad de vida (Ince y Velibeyoğlu, 2021).

Figura 1. Componentes del turismo creativo



Fuente: Elaboración propia.

De esta manera, el turismo creativo se consolida como un sistema complejo y dinámico, donde la articulación entre creatividad, patrimonio, interacción social y gobernanza posibilita la transformación territorial, la diversificación económica y la competitividad de los destinos (Cerisola, 2019; Richards, 2011; 2020; Sharma et al., 2025), donde el espacio se construye a través de las relaciones, flujo de capacidades creativas que se concretan entre los agentes y componentes tangibles e intangibles del territorio.

En el marco del modelo propuesto, las especificidades locales como historia, patrimonio arquitectónico, tradiciones, los recursos naturales y prácticas creativas constituyen los cimientos para el desarrollo de una economía cultural vinculada al turismo con potencial para el despegue del desarrollo local. Y en pequeñas aglomeraciones y localidades como los pueblos mágicos, el sistema productivo cultural se caracteriza por la presencia de unidades artesanales y microempresas, las cuales consolidan la interacción creativa entre la comunidad y visitantes, que facilitan experiencias de consumo diferenciadas.

Por lo tanto, la concentración de estas actividades a escala local favorece procesos sociales, comerciales y creativos que configuran el territorio a través de dinámicas que posicionan al turismo como núcleo estratégico dentro de la economía cultural, promoviendo sinergias entre creatividad, producción y consumo. Este vínculo impulsa nuevas aproximaciones para analizar la transformación turística y sus impactos en el

desarrollo local sostenible, especialmente mediante la co-creación de experiencias culturales identificadas como flujos de encuentros entre comunidad-turistas; productores locales-turistas; gestores del turismo-turistas que añaden valor tácito y no tácito al ambiente que se construye en el destino.

Es así, que recientemente han surgido enfoques que amplían el espectro analítico del turismo: el de experiencias, centrado en vivencias inmersivas y personalizadas; el regenerativo, orientado a revitalizar ecosistemas del tejido comunitario más allá de la simple conservación; y el de base comunitaria, que prioriza la gobernanza participativa y la gestión colectiva de la actividad, la experiencia, el valor agregado y la co-creación *in situ* (Cave y Dredge, 2020; Remoaldo et al., 2022; Seeler et al., 2022; Sharma et al., 2025). Estos modelos resultan especialmente pertinentes para dinamizar el potencial turístico de pequeñas localidades y territorios rurales, donde la cultura, creatividad e identidad comunal operan como recursos para generar nuevas capacidades territoriales de atracción y resiliencia.

Estos enfoques resultan particularmente relevantes para el avance del turismo creativo; sin embargo, la investigación en este ámbito aún es incipiente en comparación con otros tipos de turismo, como el cultural o el patrimonial (Sharma et al., 2025). Es necesario desarrollar aportaciones para comprender las dinámicas y el funcionamiento del turismo creativo, así como el diseño de metodologías que estimen el aprovechamiento de los recursos endógenos vinculados a la economía cultural y al desarrollo regional.

En este sentido, Ince y Velibeyoğlu (2021) analizaron la evolución del turismo creativo a pequeña escala en Alacati, Turquía; mientras que Seyfi et al. (2020), exploraron experiencias memorables en París. En este contexto, resulta necesario establecer un marco integral de evaluación para el turismo creativo en pequeñas localidades, empleando modelos susceptibles de aplicación empírica que fortalezcan el desarrollo de estrategias endógenas funcionales. A su vez, Wang et al. (2020) estudiaron la relación entre creatividad, memorabilidad y autenticidad en Shanghái, mientras que Cerisola (2019) evaluó el impacto de la creatividad y el patrimonio en el desarrollo económico de provincias italianas. Otros enfoques cuantitativos incluyen el análisis de decisiones múltiples en sitios mineros rehabilitados (Peng y Tzeng, 2019) y el papel de las pymes creativas en Sumatra Occidental (Prima et al., 2020).

Ante esta diversidad de enfoques turísticos con dimensión territorial, es necesario disponer de métodos que permitan evaluar, comparar y priorizar destinos turísticos empleando múltiples criterios. Esta exigencia adquiere particular relevancia en contextos marcados por la escasez de recursos, la marginalidad geográfica periférica, la insuficiencia de infraestructura o la limitada visibilidad mediática, condiciones frecuentes en numerosos municipios con potencial turístico de México y América Latina. En estos escenarios, la aplicación de herramientas de análisis multicriterio se presenta como una alternativa metodológica adecuada para abordar la complejidad inherente al fenómeno turístico y facilitar la toma de decisiones basada en indicadores objetivos y contextualizados.

1.2. Aplicación de metodologías multicriterio en la evaluación turística

La complejidad para evaluar destinos turísticos radica en la multiplicidad de factores que inciden en su atractivo y sostenibilidad, especialmente en contextos donde los recursos son limitados o existen restricciones estructurales. Para abordar estos desafíos, se han realizado investigaciones que adoptaron metodologías multicriterio que permiten una valoración integral y comparativa de los destinos y proyectos turísticos, contemplando variables tanto cuantitativas como cualitativas.

Uno de ellos es el vínculo entre patrimonio, creatividad y desarrollo turístico modelado estructuralmente por Cerisola (2019) en Italia, quien destaca la importancia de la creatividad regional en la diversificación y resiliencia de los destinos. En el contexto indonesio, Prima et al. (2020), analizan el papel de las pequeñas y medianas empresas en la industria creativa del turismo, utilizando técnicas híbridas que explican la generación de valor en la economía turística local.

Por su parte, Yang et al. (2020), aplican un modelo de evaluación multicriterio orientado al turismo deportivo sostenible en Taiwán, considerando criterios ambientales, económicos y sociales para priorizar alternativas de desarrollo. Además, Nesticò y Maselli (2020), proponen una herramienta de decisión para la evaluación económica de proyectos turísticos sostenibles en islas del Mediterráneo, abordando las particularidades de la gestión insular y la preservación ecológica.

El estudio de Salehipour et al. (2025), presenta un modelo multicriterio, basado en Analytic Hierarchy Process (AHP) y SIG, que identifica y jerarquiza sitios patrimoniales con potencial turístico en Khyber Pakhtunkhwa, facilitando la planificación de un turismo sostenible mediante criterios de accesibilidad, ambiente e infraestructura.

Estos estudios coinciden en la selección de múltiples variables críticas para la toma de decisiones, tales como: infraestructura turística, gobernanza y gestión, autenticidad percibida, accesibilidad, calidad de la experiencia, percepción cultural. La integración de estos criterios evidencia la necesidad de modelos de evaluación flexibles y capaces de captar la especificidad de cada territorio y de favorecer una planificación turística más estratégica, equitativa y sostenible.

Entre las metodologías multicriterio aplicadas al ámbito turístico, destaca el método *Ordered Weighted Averaging* (OWA, por sus siglas en inglés), desarrollado por Yager (1988). Este enfoque permite integrar y ponderar variables bajo diferentes escenarios de riesgo, incertidumbre y preferencias sociales, otorgando flexibilidad en la agregación de criterios. A diferencia de métodos tradicionales, OWA valora tanto la importancia de cada variable como el orden relativo de desempeño de las alternativas, haciendo posible una adaptación específica en destinos turísticos con vocación cultural y creativa, pero con características heterogéneas y potencial de desarrollo desigual.

Por ello OWA ha sido empleado para construir indicadores compuestos de competitividad, seleccionar sitios prioritarios para inversión y desarrollo turístico, diseñar rutas y circuitos patrimoniales y jerarquizar intervenciones públicas en destinos culturales. Su ventaja principal radica en que permite equilibrar factores objetivos (infraestructura, servicios, conectividad) con factores subjetivos (identidad, autenticidad, experiencia), algo clave en territorios donde la marca-lugar y los elementos simbólicos resultan determinantes.

Además de OWA, el uso de otras técnicas multicriterio como AHP, Élimination et Choix Taduisant la Réalité (ELECTRE) y Technique for Order Preference by Similarity to an Ideal Solution (TOPSIS). En este sentido, TOPSIS ha permitido abrir nuevas líneas de análisis en la gestión y competitividad de destinos turísticos. En el escenario de la competencia global, los destinos no compiten únicamente por volumen de visitantes, sino por la capacidad de diferenciar su oferta mediante atributos simbólicos y culturales únicos, tal como lo reconoce la literatura especializada en turismo contemporáneo.

Estos avances metodológicos refuerzan la necesidad de un enfoque integrador que considere tanto variables tangibles como intangibles en la evaluación de destinos turísticos, especialmente en territorios con

riqueza patrimonial y creativa, pero recursos limitados. Así, los modelos multicriterio representan una herramienta potente para la toma de decisiones estratégicas, la priorización de intervenciones y la gestión sostenible e innovadora del turismo cultural y creativo.

1.3. Aplicaciones recientes del modelo OWA en contextos locales

Recientes aplicaciones del modelo OWA han demostrado su utilidad en la evaluación de destinos rurales y pequeñas localidades, permitiendo adaptar las decisiones estratégicas al contexto territorial considerando diferentes niveles de riesgo ambiental, social, cultural, económico y de accesibilidad.

El estudio de Ghorbanzadeh et al. (2019), implementa un enfoque integral con análisis multicriterio (MCDA) geográfico y proceso de red analítica (ANP) a través de OWA para identificar y mapear áreas aptas para turismo basado en la naturaleza en el norte de Irán, en paisajes culturales y naturales infrautilizados facilitando la planificación sostenible al considerar accesibilidad, recursos naturales y sensibilidad ambiental. En Isfahan, Irán, se utilizó OWA junto con AHP y lógica difusa para analizar la idoneidad territorial del turismo rural sostenible, seleccionando variables según su impacto en la experiencia turística y la sostenibilidad ambiental Akbarian et al. (2023).

Destacan en este ámbito los estudios de Flores-Pozos et al. (2022) y León-Santiesteban et al. (2024), quienes aplican AHP y Simple Additive Weighting (SAW) con los cuales evalúan la competitividad de destinos turísticos pequeños en México, bajo esquemas como el de Pueblos Mágicos. Estas metodologías consideran dimensiones como la oferta y demanda turística, la gestión pública, el entorno institucional, los servicios, la sostenibilidad, el patrimonio y los beneficios socioeconómicos.

Estos casos fortalecen la validez del enfoque OWA como método adaptable a distintos escenarios, especialmente en territorios con características culturales heterogéneas y limitada infraestructura turística. La revisión metodológica de estas aplicaciones confirma su utilidad tanto para la planificación estratégica territorial como para la jerarquización objetiva de decisiones turísticas con enfoque comunitario, cultural y sostenible.

El método OWA muestra ventajas comparativas frente a otros enfoques por su capacidad de manejar información incompleta, al integrar juicios de expertos y ajustar el análisis a diferentes escenarios normativos o comunitarios. En contextos de planeación turística participativa o con énfasis en el desarrollo local, su aplicación permite identificar factores críticos de éxito y diseñar rutas estratégicas para el posicionamiento territorial de destinos emergentes. Por ello, se perfila como una herramienta idónea para el diseño de políticas públicas turísticas diferenciadas y la evaluación de candidatos potenciales al programa Pueblos Mágicos, donde la cultura, el entorno y la comunidad son pilares del atractivo turístico.

1.4. Metodología multicriterio y evaluación de destinos culturales: los Pueblos Mágicos

Uno de los principales instrumentos de política turística en México es el programa Pueblos Mágicos (PM), establecido en 2021 por la Secretaría de Turismo (SECTUR), cuyo propósito consiste en detonar el desarrollo económico local a partir del turismo, mediante la puesta en valor de atributos simbólicos, culturales, naturales e identitarios de determinadas localidades (Flores-Romero et al., 2021; SECTUR, 2024). Esta iniciativa reconoce que el turismo no puede concebirse como una actividad estática, sino como una práctica dinámica que debe responder a las transformaciones sociales, tecnológicas y territoriales contemporáneas.

Desde sus inicios, el programa PM ha buscado conservar, revitalizar y proyectar la imagen urbana, el patrimonio tangible e intangible y la singularidad sociocultural de comunidades seleccionadas (Velarde et al., 2009). En este marco, el análisis y viabilidad de la competitividad de los destinos turísticos se ha convertido en un campo de investigación necesario, no solo para comprender la eficacia de las políticas públicas, sino también para articular estrategias adaptativas en territorios con vocación turística.

En particular, los métodos de Análisis Multicriterio para la Toma de Decisiones (MCDA) demostraron ser herramientas adecuadas para abordar esta complejidad en Sinaloa como Álvarez et al. (2013) y Leyva et al. (2013) quienes aplicaron modelos multicriterio con los que analizaron la competitividad de sus destinos turísticos. En el caso específico de los PM, estudios como el de Huesca-Gastélum y León-Santiesteban (2021) aplicaron OWA junto con el método SAW para clasificar la competitividad turística de municipios con vocación cultural en Sinaloa. Su modelo generó escenarios diferenciados según infraestructura, autenticidad, servicios y percepción social, contribuyendo a delinear perfiles estratégicos en el marco del programa Pueblos Mágicos.

También en México Flores-Pozos et al. (2022) han propuesto el uso del método OWA para resolver problemas de asignación e intervención planificada en estos territorios, al considerar dimensiones como el compromiso ambiental, la percepción del visitante, la autenticidad del patrimonio y la infraestructura disponible.

En este sentido, la flexibilidad del método OWA permite gestionar distintas prioridades y perfiles de los destinos, articulando tanto valores simbólicos como criterios técnicos de evaluación. Así, la presente investigación propone una arquitectura metodológica basada en OWA para el análisis y designación de Pueblos Mágicos, reconociendo que este proceso debe incorporar criterios culturales, sociales, económicos y ambientales, bajo un enfoque participativo y de planeación estratégica territorial.

2. PROPUESTA METODOLÓGICA

El presente estudio adopta un enfoque cuantitativo de tipo aplicado, sustentado en el uso de técnicas de Análisis MCDA, específicamente mediante el método OWA que resulta pertinente para abordar problemas complejos de jerarquización territorial que requieren integrar múltiples dimensiones –sociales, culturales, turísticas, ambientales y de infraestructura– desde una perspectiva comparativa y flexible (Peng y Tzeng, 2019; Yager, 1988). El estudio se orienta a diseñar una arquitectura metodológica replicable que permita apoyar el proceso de designación estratégica de nuevos Pueblos Mágicos, especialmente en municipios con vocación turística, pero baja visibilidad institucional. El proceso consta de las siguientes etapas:

2.1. Recolección de la información

Los datos utilizados en este estudio se obtuvieron de una base de datos suministrada por el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI, 2024), específicamente del Directorio de Unidades Económicas 2024 (DENUE) y de la Secretaría de Turismo (SECTUR, 2024). El DENUE es considerada la fuente de información más completa que existe sobre la economía mexicana. El objetivo del directorio es generar datos estadísticos básicos sobre los establecimientos que fabrican bienes, comercializan mercancías y prestan servicios para generar diversos indicadores económicos geográficos, sectoriales y temáticos detallados para México.

De esta manera, el DENU (2024) permite planificar las políticas económicas públicas y realizar investigaciones académicas y de marketing, entre otras actividades, al proporcionar datos desagregados geográficamente para cada una de los más de 6 millones de establecimientos.

Respecto a la organización de los datos, primero, estos se analizaron, describieron e interpretaron y los resultados obtenidos, se utilizaron en la segunda fase, que correspondió a la construcción del modelo multicriterio para la toma de decisiones que se expone a continuación.

2.2. Método multicriterio para la toma de decisiones

Señalan León-Santesteban y Larrañaga (2019) que estos métodos ayudan en el análisis multidimensional, del problema que se desea tratar (p. 32). Por ello, el uso de los mismos, apoyan en los escenarios en las que se conjugan múltiples variables que requiere del uso de técnicas que constituyen una herramienta primordial para la investigación (Valenzuela et al., 2024).

Por lo tanto, el procedimiento propuesto por Yager (1988), para construir modelos multicriterio para este estudio que se emprende, se utiliza Media Móvil Ponderada Ordenada (OWMA, por sus siglas en inglés), mismo que se plantea a continuación:

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

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

3. Colección de los datos.
4. Determinación de los pesos a través de procedimiento de Simos Revisado (Figueira y Roy, 2002: 321).

w_j coeficiente de importancia relativa del criterio g_j para $j=1, 2, \dots, n$.

5. Cálculo de la matriz de decisión de indicadores compuestos.
6. Cálculo del indicador final. El operador OWMA de dimensión m es un mapeo que tiene asociado un vector de peso W de dimensión m con y , de tal modo que:

$$OWMA(a_{1+t}, a_{2+t}, \dots, a_{m+t}) = \sum_{j=1+t}^{m+t} w_j b_j$$

Dónde:

b_j es el j th elemento más grande de a_i , m es el total de argumentos a considerar de la muestra y t indica el movimiento en el promedio desde su análisis inicial.

Por lo tanto, el modelo que se diseñó para considerar los criterios para la evaluación de nuevos PM como un producto cultural y así construir un indicador compuesto que permita evaluar esta apreciación. Para ello, se utilizó el software SAWOWA como herramienta para el cálculo de los resultados en esta investigación. <https://s1.innovaweb.com.mx/AppSawOwa#!/home>

3. ASIGNACIÓN DEL DISTINTIVO DE PUEBLO MÁGICO CON EL MÉTODO OWA

Considerando las etapas previamente señaladas en la propuesta metodológica. Se propone el problema multicriterio con el objetivo de encontrar las razones por las que cualquier destino turístico A_i puede considerarse mejor o al menos, tan bueno como otro A_j para cada uno de los criterios de decisión considerados (Leyva, 2010).

Además, dentro del proceso para la toma de decisiones, existe un flujo continuo de actividades entre las diferentes etapas, pero en alguna de ellas, puede haber un retorno a una fase anterior. Si la Toma de Decisiones (DM) no está satisfecha con el resultado en alguna etapa, puede volver a cualquier paso y rehacerlo.

El caso del estudio desarrollado es un problema que toma en cuenta las características como procedimiento utilizado para medir el potencial de un destino turístico considerando la aplicación de un modelo de toma de decisiones con una serie de indicadores compuestos (H_j). Por lo tanto, se consideró hacer una comparación entre los municipios de Sinaloa (C_i), México, que podrían ser reconocidos el distintivo resultado de una clasificación en orden ascendente.

3.1. Identificación de criterios (paso 1)

Posteriormente, se definieron los criterios para el ordenamiento de los destinos turísticos, así como su método de cálculo. La familia de criterios se muestra en forma resumida en la tabla 1. Cada criterio se define y produce el resultado que describe el desempeño de estos como alternativas de decisión.

Tabla 1. Criterios

Criterios	Concepto
C1	Patrimonio cultural
C2	Co-creación
C3	Prácticas innovadoras
C4	Agentes creativos
C5	Gobernanza

Fuente: Elaboración propia.

3.2. Elección de alternativas (paso 2)

En un proceso de decisión se asume a los municipios H_1, \dots, H_n , para este estudio de caso en el que se analizarán 4 destinos turísticos mexicanos (tabla 2). En cuanto a la cobertura o delimitación temporal, los datos generados a partir de 2024.

Tabla 2. Alternativas

Alternativas	Municipio
H1	Sinaloa de Leyva
H2	Elota
H3	Concordia
H4	Escuinapa

Fuente: Elaboración propia.

Por otro lado, esta sección centra la atención en la construcción del conjunto de criterios de decisión. Mismos que los valores de las variables, cuyos valores se obtuvieron del DENUE (2024) y de la SECTUR (2017).

3.3. Colección de datos (paso 3)

Luego de procesar los datos recolectados del DENUE (2024) y de acuerdo con los valores resultantes de la suma ponderada de los indicadores individuales, se obtienen los indicadores compuestos (tabla 3).

Tabla 3. Datos recopilados

	H1	H2	H3	H4
C1	11.27	4.44	6.37	9.17
C2	20.59	3.43	7.85	11.71
C3	34.01	11.96	16.84	24.46
C4	12.55	2.42	6.23	8.08
C5	29.01	5.14	14.23	18.3

Fuente: Elaboración propia.

3.4. Determinación de pesos (paso 4)

Asimismo, en este estudio, se ayudó al tomador de decisiones a definir los pesos de cada criterio de acuerdo con el Procedimiento de Simo's Revisado propuesto por Figueira y Roy (2002), el cual se considera como el vector de peso. Así, los pesos para los criterios se muestran en la tabla 4.

Tabla 4. Ponderaciones de los criterios

Criterio	Pesos
C1	15.0
C2	11.3
C3	30.1
C4	13.7
C5	19.9

Fuente: Elaboración propia.

Fuente:

3.5. Cálculo de la matriz (paso 5)

Con la información de entrada disponible, se realiza el proceso matemático. Para mostrar cómo se desarrolla el cálculo se toman las ponderaciones del municipio H_j :

$$f_{C1}(H_1, \dots, H_4) = (A_{1,H_1}) \times (\alpha_1) + (A_{1,H_2}) \times (\alpha_2) + (A_{1,H_3}) \times (\alpha_3) + (A_{1,H_4}) \times (\alpha_4) + (A_{1,H_5}) \times (\alpha_5)$$

al reemplazar los valores la ecuación se expresa de la manera siguiente:

$$f_{C1}(H_1, \dots, H_4) = (11.25) \times (0.15) + (20.59) \times (0.113) + (34.01) \times (0.301) + (12.55) \times (0.137) + (29.01) \times (0.199)$$

entonces:

$$f_{C1}(H1, \dots, H4) = 21.75$$

3.6. Cálculo del indicador final (paso 6)

El resultado para el municipio H1 es 21.75. Este procedimiento se lleva a cabo con cada una de las instancias municipales restantes, obteniendo los resultados siguientes:

Tabla 5. Resultados obtenidos del cálculo

Título	Título
H1	21.75
H2	14.81
H3	10.60
H4	6.01

Fuente: Elaboración propia.

Con los resultados definitivos se ordenan los municipios de manera descendente, donde la primera es la alternativa con mejores resultados en la evaluación de los destinos turísticos. Este orden es expresado de la siguiente manera:

$$H_1 > H_4 > H_3 > H_2$$

Tabla 6. Ranking de los municipios

Ranking	Alternativa	Municipio	Ranking
1	H1	Sinaloa de Leyva	21.75
2	H4	Escuinapa	14.81
3	H3	Concordia	10.60
4	H2	Elota	6.01

Fuente: Elaboración propia.

El resultado obtenido sugiere la clasificación final en orden descendente, donde la localidad H1 destaca como el destino que presenta las mayores y mejores condiciones para ser nombrado Pueblo Mágico, mientras que las localidades H4, H3 y H2 tienen una calificación menor (tabla 6).

Finalmente, cabe destacar que se puede utilizar esta aplicación para designar una localidad como Pueblo Mágico, considerando que en este estudio la selección de criterios para su medición mediante el método OWA proporciona información efectiva para la toma de decisiones, permitiendo una evaluación integral para este tipo de aplicaciones.

4. DISCUSIÓN

Este estudio estableció los criterios para evaluar cuatro municipios como son Sinaloa de Leyva, Elota, Concordia y Escuinapa. El objetivo es presentar una propuesta metodológica para nombrar un destino turístico como Pueblo Mágico a través de un enfoque multicriterio. Para ello, se utilizó el método OWA, con el cual se constituyó el modelo a partir de los componentes que se manifiestan en aspectos como son el lenguaje, instituciones sociales, cultura popular, relaciones familiares, arte y la literatura.

El estudio resultó relevante ya que permitió identificar las potencialidades que tiene el municipio para su desarrollo turístico. Además, se identificaron los atributos que tiene la región para diseñar estrategias de promoción turística.

Los resultados obtenidos con esta metodología permitieron ubicar al destino H1 en la primera posición, ya que tuvo una mejor valoración en danzas típicas, turismo como factor de desarrollo, en celebraciones pertenecientes a la localidad y música. Para el destino H4 se destacan los bailes, festividades o festivales típicos del pueblo y la religión predominante. En el caso de H3, se obtuvo una evaluación baja en la percepción del turista, en las artesanías, arte y manufacturas, así como en los atractivos para el turista y H2 se ubicó por debajo en la comida típica, la percepción del turismo y las características del municipio.

Por último, León-Santiesteban et al. (2023), se centran en la cultura popular y la música como elementos diferenciadores y atractivos para los turistas, lo que podría ser una oportunidad para estos municipios, quienes podrían centrarse en la promoción y desarrollo de su patrimonio.

5. CONCLUSIONES

5.1. Contribuciones

En este artículo se presenta un modelo para evaluar la incorporación de localidades al programa Pueblos Mágicos en México. El ejercicio ha demostrado ser innovador en un contexto donde se ponen bajo análisis indicadores con distintas características y atributos numéricos, contribuyendo al campo de las decisiones multicriterio al generar resultados precisos y valiosos que facilitan la gestión en la toma de decisiones, permitiendo a las personas responsable la posibilidad de planificación, promoción o detección de debilidades, según la perspectiva o intención del resultado en cada una de las localidades comparadas.

5.2. Implicaciones teóricas y prácticas

La investigación ofrece implicaciones teóricas y prácticas para la gestión de las actividades turísticas vinculadas al programa pueblos mágicos. En el caso de la primera, se utiliza un método innovador mediante la aplicación de una matriz de desempeño y el método OWA para analizar una serie de indicadores y atributos en los municipios seleccionados, proceso que adaptó con éxito las técnicas para la toma de decisiones multicriterio aplicadas en la evaluación de atributos económicos y culturales en un contexto turístico. Desde un punto de vista práctico, el resultado ofrece una orientación para la gestión turística en aquellos sitios que desean medir y valorar sus recursos con el fin de participar en el programa de pueblos mágicos, otorgando una herramienta que le permite a los actores involucrados generar un diagnóstico, comprender y potenciar las fortalezas de cada municipio, y obteniendo información esencial sobre aspectos que pueden mejorar, según el análisis y propósito establecido.

5.3. Limitaciones de la investigación

Durante el diseño y ejecución del modelo de evaluación la principal limitación la representó el mismo programa de pueblos mágicos, que no tiene una lista de indicadores o atributos claros que permitan compararlos de una forma objetiva. Por ejemplo, se solicita un inventario de recursos y atractivos turísticos, pero no existe una guía clara del tipo y valor que se le daría a cada uno de ellos, lo mismo sucede con las condiciones de conectividad y comunicación del destino que busca su incorporación o permanencia en el programa.

5.4. Propuestas para futuras Investigaciones

Futuros estudios deberán centrarse en el desarrollo del método OWA mediante la incorporación de nuevos criterios para evaluar los destinos turísticos bajo otras ópticas, por ejemplo, desde un enfoque de sostenibilidad del destino, la modificación de las ponderaciones según las nuevas decisiones por parte de los actores involucrados. También se deberá aumentar la muestra más allá del territorio sinaloense, sede de los cuatro municipios evaluados.

5.5. Observaciones finales

En general, el estudio permitió evaluar una serie de atributos asociados al patrimonio, la identidad y el desarrollo territorial de cuatro localidades turísticas mediante técnicas de análisis multicriterio, particularmente a través del método OWA. Lo que permitió generar un ranking basado en indicadores como la densidad de servicios, la conectividad, oferta cultural y percepción de autenticidad. El modelo desarrollado demostró ser pertinente en contextos con heterogeneidad socioterritorial y limitaciones estructurales, aportando una herramienta técnica replicable para mejorar la gobernanza y la planificación turística.

Finalmente, el modelo propuesto puede replicarse en otros municipios, regiones o países, siempre y cuando entre ellas se cuenta con los mismos indicadores que permitan su comparación. También podrá adaptarse a otros criterios o atributos que se consideren pertinentes de acuerdo con el contexto actual, por ejemplo, incorporar indicadores de seguridad o sostenibilidad, por lo que el método representa una herramienta útil en la gestión de los destinos.

REFERENCIAS

- Akbarian, S. R., Mokarram, M. y Negahban, S. (2023). Investigation of sustainable rural tourism activities with different risk: A GIS-MCDM case in Isfahan, Iran. *Earth and Space Science*, 10. <https://doi.org/10.1029/2021EA002153>
- Álvarez, P. A., León-Santesteban, M., Gastélum, D. A. y Vega, L. A. (2013). Un análisis empírico de la competitividad en ciudades de Sinaloa, México con un método de clasificación superior. En *Eureka. Actas del Cuarto Taller Internacional* (pp. 156-163). Atlantis Press.
- Canizalez-Ramírez, P. M. (2022). *Ensamblaje creativo en industrias culturales. El Distillery District, Toronto*. Tirant Lo Blanch-Universidad Autónoma de Occidente.
- Cave, J. y Dredge, D. (2020). Regenerative tourism needs diverse economic practices. *Tourism Geographies*, 22(3), 503-513. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1768434>
- Cerisola, S. (2019). A new perspective on the cultural heritage–development nexus: The role of creativity. *Journal of Cultural Economics*, 43(1). <https://doi.org/10.1007/s10824-018-9328-2>
- Cheng, T. M. y Chen, M. T. (2023). Creative atmosphere in creative tourism destinations: Conceptualizing and scale development. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 47(3), 590-615.
- Duxbury, N. (2021). Cultural and creative work in rural and remote areas: An emerging international conversation. *International Journal of Cultural Policy*, 27(6), 753-767. <https://doi.org/10.1080/10286632.2020.1837788>
- Ferreira C., R. M., Martinsa, C. y Alves, A. M. (2019). Review of the theoretical underpinnings in the creative tourism research field. *Tourism & Management Studies*, 15(1SI), 11-22. <https://doi.org/10.18089/tms.2019.15si02>
- 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(2002), 317-326. [https://doi.org/10.1016/S0377-2217\(01\)00370-8](https://doi.org/10.1016/S0377-2217(01)00370-8)
- Flores-Pozos, A. K., Pérez-Ramírez, C. A. y Cruz-Jiménez, G. (2022). Marco para el análisis de destinos Pueblos Mágicos (México) desde la perspectiva centrada en el actor. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 20(3), 615-633. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2022.20.043>

- Flores-Romero, M. B., Pérez-Romero, M. E., Álvarez-García, J. y Del Río-Rama, D. M. (2021). Mapeo bibliométrico de investigaciones sobre Pueblos Mágicos de México. *Tierra*, 10(8), 852. <https://doi.org/10.3390/land10080852>
- Ghorbanzadeh, O., Pourmoradian, S., Blaschke, T. y Feizizadeh, B. (2019). Mapping potential nature-based tourism areas by applying GIS-decision making systems in East Azerbaijan Province, Iran. *Journal of Ecotourism*, 18(3), 261-283. <http://dx.doi.org/10.1080/14724049.2019.1597876>
- Huesca-Gastélum, M. y León-Santiesteban, M. (2021). Ranking the competitiveness of tourist destinations: An analysis using the OWA operator and the SAW method. *Inquietud Empresarial*, 21(2), 15-34. <https://doi.org/10.19053/01211048.11413>
- Ince, I. y Velibeyoğlu, K. (2021). The rise and fall of the rural creative class: The case of Alaçatı. *City, Culture and Society*, 24. <https://doi.org/10.1016/j.ccs.2021.100372>
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). (2024). *Directorio Estadístico Nacional de Unidades Económicas 2023, información para la actualización e incorporación de unidades económicas al DENU; datos a noviembre de 2023*. <https://www.inegi.org.mx/rnm/index.php/catalog/924>
- León-Santiesteban, M. y Larrañaga, A. M. (2019). Integración del conocimiento en restaurantes a través del análisis multicriterio para la toma de decisiones. *Inquietud Empresarial*, 19(2), 25-38.
- León-Santiesteban, M., Mendez-Prada, M. C., Cardona-Arce, Y. P. y Guerrero-Mosquera, N. (2023). Multicriteria model for measuring the potential of cultural identity in the tourism development of Sincelejo, Colombia. *Sustainability*, 15, 1-15. <https://doi.org/10.3390/su152015082>
- León-Santiesteban, M., Félix, L., Félix, J. y Alvarado, A. (2024). Evaluación multicriterio para determinar la identidad cultural en el desarrollo turístico de Choix, Sinaloa. *Revista Latino-Americana de Turismología*, 10. <https://doi.org/10.5281/zenodo.13975484>
- Leyva, J. C. (2010). *Métodos de ordenación multicriterio*. Plaza y Valdez–Universidad de Occidente.
- Leyva, J. C., Gastélum, D. y Urías, M. (2013). La aplicación de un enfoque multicriterio para comparar sectores económicos: el caso del Estado de Sinaloa, México. En *Evolutionary Multi-Criterion Optimization, 7th International Conference, EMO 2013* (pp. 1-24). Springer.
- Nesticò, A. y Maselli, G. (2020). Sustainability indicators for the economic evaluation of tourism investments on islands. *Journal of Cleaner Production*, 248. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.119217>
- Peng, K. H. y Tzeng, G. H. (2019). Exploring heritage tourism performance improvement for making sustainable development strategies using the hybrid-modified MADM model. *Current Issues in Tourism*, 22(8), 921-947. <https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1306030>
- Prima, R., Fitriana, R. y Meuthia, M. (2020). Enhancing small and medium enterprises performance through innovation in Indonesia: A framework for creative industries supporting tourism. *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 11(1), 155-176. <https://doi.org/10.1108/JHTT-11-2017-0124>
- Remoaldo, P., Matos, O., Freitas, I., Gôja, R., Araújo Alves, J., Ribeiro, V., Pereira, M. y Xavier, C. (2022). An international overview of certified practices in creative tourism in rural and urban territories. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 46(8), 1545-1573. <https://doi.org/10.1177/1096348020950792>
- Richards, G. (2011). Creativity and tourism. The state of the art. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1225-1253. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.07.008>
- Richards, G. (2020). Designing creative places: The role of creative tourism. *Annals of Tourism Research*, 85. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102922>
- Salehipour, M., Kazemi, N., Jokar Arsanjani, J. y Karimi Firozjaei, M. (2025). Developing a multi-criteria decision model to unlock sustainable heritage tourism potential. *Sustainability*, 17(8), 3703. <https://doi.org/10.3390/su17083703>
- Scott, A. J. (2008). *Social economy of the metropolis, cognitive-cultural capitalism and the global resurgence of cities*. Oxford.
- Secretaría de Turismo (SECTUR). (2017). *Guía para la integración documental Pueblos Mágicos 2017* [Archivo PDF]. https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/273030/Gui_a_2017_de_Incorporacio_n_2017.pdf
- Secretaría de Turismo (SECTUR). (2024). *Pueblos Mágicos de México*. <https://www.gob.mx/sectur/articulos/pueblos-magicos-206528>

- Seeler, S., Lück, M. y Schänzel, H. (2022). Paradoxes and actualities of off-the-beaten-track tourists. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 53, 216-224. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2021.06.004>
- Sepe, M. (2013). Urban history and cultural resources in urban regeneration: A case of creative waterfront renewal. *Planning Perspectives*, 28(4), 595-613. <https://doi.org/10.1080/02665433.2013.774539>
- Seyfi, S., Hall, C. M. y Rasoolimanesh, S. M. (2020). Exploring memorable cultural tourism experiences. *Journal of Heritage Tourism*, 15(3), 341-357. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2019.1639717>
- Sharma, I., Lim, W. M. y Aggarwal, A. (2025). Creative tourism: Reviewing the past and charting the future. *Benchmarking: An International Journal*, 32(11), 109-149. <https://doi.org/10.1108/BIJ-11-2023-0787>
- Valenzuela, V., León-Santiesteban, M. y Sánchez, K. (2024). Evaluación en la gestión de institutos de la mujer en municipios del Estado de Sinaloa. *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 8(4). https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i4.13329
- Velarde, M., Maldonado, A. V. y Maldonado, C. M. (2009). Pueblos Mágicos. Estrategia para el desarrollo turístico sostenible: Caso Sinaloa. *Teoría y Praxis*, (6), 79-93.
- Waite, G. y Gibson, C. (2014). Tourism and creative economies. En A. A. Lew, M. C. Hall y A. M. Williams (Eds.), *The Wiley Blackwell companion to tourism* (pp. 230-239). Wiley Online Library.
- Wang, C., Liu, J., Wei, L. y Zhang, T. (2020). Impact of tourist experience on memorability and authenticity: A study of creative tourism. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 37(1), 48-63. <https://doi.org/10.1080/10548408.2020.1711846>
- Wei, M., Liu, M., Peng, Y., Zhou, X. y Li, S. (2023). Effects of creative atmosphere on tourists' post-experience behaviors in creative tourism: The mediation roles of tourist inspiration and place attachment. *International Journal of Tourism Research*, 25(1), 79-96. <https://doi.org/10.1002/jtr.2553>
- Yager, R. R. (1988). On ordered weighted averaging aggregation operators in multicriteria decisionmaking. *IEEE Transactions on Systems, Man, and Cybernetics*, 18(1), 183-190. <https://doi.org/10.1109/21.87068>
- Yang, J. J., Lo, H. W., Chao, C. S., Shen, C. C. y Yang, C. C. (2020). Establishing a sustainable sports tourism evaluation framework with a hybrid multi-criteria decision-making model to explore potential sports tourism attractions in Taiwan. *Sustainability*, 12(4), 1-20. <https://doi.org/10.3390/su12041673>

Notas

Departament Económico Administrativo