

ESTRUCTURA MOTIVACIONAL DE LA DEMANDA TURÍSTICA NACIONAL EN MAZATLÁN: UN ESTUDIO COMPARATIVO ENTRE CARNAVAL Y SEMANA SANTA

MOTIVATIONAL STRUCTURE OF NATIONAL TOURISM DEMAND IN MAZATLÁN: A COMPARATIVE STUDY BETWEEN CARNIVAL AND HOLY WEEK

OMAR LIZÁRRAGA MORALES

<https://orcid.org/0000-0001-9774-4660>

omar_lizarraga@uas.edu.mx

Universidad Autónoma de Sinaloa

SERGIO ARMANDO MORÁN SÁNCHEZ

<https://orcid.org/0009-0006-7961-5615>

sergiomorán@uas.edu.mx

Universidad Autónoma de Sinaloa

Resumen

El objetivo de este artículo es hacer un diagnóstico de la demanda turística nacional en la ciudad de Mazatlán, Sinaloa, México. Con base en una metodología cuantitativa basada en encuestas, se describen y comparan las motivaciones intrínsecas y extrínsecas de los turistas nacionales. Un objetivo secundario fue analizar los perfiles demográficos y socioeconómicos, así como la percepción de seguridad que tienen los visitantes en dos de los principales periodos vacacionales de este destino turístico: Carnaval y Semana Santa. Aunque ambos concentran gran afluencia, los resultados muestran diferencias en perfiles, motivaciones y prácticas. Carnaval convoca a un turismo joven orientado a la socialización, al disfrute del espectáculo colectivo, y estancias cortas, mientras que Semana Santa atrae predominantemente a grupos familiares que buscan descanso, convivencia y un entorno seguro.

Palabras clave: Mercado turístico, turismo nacional, Inseguridad, Motivación turística, Mazatlán.

Abstract

The objective of this article is to diagnose domestic tourism demand in the city of Mazatlán, Sinaloa, Mexico. Using a quantitative methodology based on surveys, the intrinsic and extrinsic motivations of domestic tourists are described and compared. A secondary objective is to analyze the demographic and socioeconomic profiles, as well as the perception of safety, of visitors during two of the main holiday periods in this tourist destination: Carnival and Holy Week. Although both periods attract large numbers of visitors, the results show differences in profiles, motivations, and practices. Carnival attracts young tourists focused on socializing, enjoying the collective spectacle and short stays, while Holy Week predominantly attracts family groups seeking rest, togetherness, and a safe environment.

Keywords: Tourist market, Domestic tourism, Insecurity, Tourist motivation, Mazatlán.

Recibido: 6 de octubre de 2025

Aceptado: 28 de abril de 2026

CÓMO CITAR: Lizárraga, O. y Morán, S. A. (2026). Estructura motivacional de la demanda turística nacional en Mazatlán: un estudio comparativo entre Carnaval y Semana Santa. *Dimensiones Turísticas*, 10, e1032940. <https://doi.org/SSTM2940>



1. Introducción

El análisis del origen y el perfil de los turistas que visitan Mazatlán durante los periodos vacacionales de Carnaval y Semana Santa, constituye una tarea fundamental para comprender la dinámica contemporánea del turismo en destinos de alta demanda. Ambas temporadas representan picos excepcionales de afluencia turística que no sólo modifican la estructura cotidiana de la ciudad, sino que también revelan patrones específicos de movilidad, consumo, motivaciones de viaje y percepciones del destino. Estudiar quiénes son estos visitantes, de dónde provienen, qué niveles socioeconómicos presentan, permite identificar tendencias emergentes y transformaciones en el mercado turístico nacional.

Consideramos que, desde una perspectiva socioeconómica y territorial, el origen geográfico de los turistas funciona como un indicador clave para comprender las redes de conectividad, la segmentación del mercado y los circuitos vacacionales que articulan a Mazatlán dentro del sistema turístico mexicano.

Paralelamente, el perfil demográfico de los visitantes posibilita analizar los diversos modos de apropiación del espacio urbano, los patrones de gasto y las dinámicas de seguridad percibida. En conjunto, estos elementos ofrecen evidencia empírica indispensable para evaluar la sostenibilidad del destino, diseñar estrategias de gestión turística y orientar políticas públicas adaptadas a la compleja estacionalidad que caracteriza a Mazatlán.

De esta manera, estudiar desde un enfoque teórico de las motivaciones turísticas el origen y el perfil de los visitantes en estos periodos de alta concentración, no sólo permite profundizar en los procesos socioculturales que configuran la experiencia turística, sino que también aporta información estratégica para la planificación urbana, la economía regional y la construcción de destinos más competitivos. Aunque ambos periodos, Carnaval y Semana Santa, comparten la masividad del flujo turístico, difieren en cuanto a los perfiles sociodemográficos y motivaciones, de tal manera que merecen ser atendidas desde una perspectiva comparativa.

El objetivo de este artículo es describir y comparar esos flujos del mercado turístico nacional en estos dos periodos vacacionales, así como los factores de atracción por grupos socioeconómicos y etarios. Con base en los resultados de una encuesta levantada en esos dos periodos, se construyó un análisis que arroja pistas valiosas sobre quiénes viajan, por qué lo hacen y cómo experimentan la ciudad.

Cabe decir que el trabajo de campo se levantó en un periodo de violencia generalizada en el estado de Sinaloa por disputas al interior de grupos del crimen organizado. El objetivo principal de esta investigación no fue analizar la violencia en la ciudad de Mazatlán, pero dado que ese fue el contexto de fondo en el cual se realizó el estudio, se consideró importante preguntar cuál era la percepción de seguridad por parte de los turistas nacionales durante su estancia.

Comprender la demanda turística en Mazatlán exige atender no sólo a las características del destino, sino también a las razones que orientan la decisión de viaje. Por ello, el siguiente apartado revisa algunos enfoques teóricos sobre las motivaciones turísticas, con el fin de identificar los elementos conceptuales que permiten analizar comparativamente las experiencias y expectativas de los visitantes durante Carnaval y Semana Santa.

1.1 Marco teórico en torno a las motivaciones en el turismo

El estudio del turismo en Mazatlán durante Carnaval y Semana Santa encuentra sustento en la teoría de las motivaciones turísticas, la cual permite explicar la decisión de viaje a partir de factores internos y externos que intervienen simultáneamente en la conducta del visitante. Sin embargo, más que extender estas motivaciones como categorías separadas, conviene analizarlas como dimensiones que se entrecruzan. En ese sentido, Ryan y Deci (2000) ofrecen una base útil al distinguir entre motivaciones intrínsecas como extrínsecas, pero su principal aporte no radica sólo en clasificar impulsos, sino en mostrar que la acción turística surge de una combinación entre deseos personales, expectativas emocionales y condiciones contextuales. Esta perspectiva resulta especialmente pertinente para un destino como Mazatlán, donde la decisión de viajar no puede explicarse únicamente por los atributos materiales del lugar, sino también por lo que cada temporalidad festiva representa simbólicamente para distintos perfiles de turistas.

En diálogo con ello, Crompton (1979) propone la clásica distinción entre motivaciones *push* y *pull*, donde las primeras remiten a necesidades internas (escapar de la rutina, descansar y cambiar de ambiente) y las segundas a (atractivos del destino, desde el clima, la playa o los eventos). Aunque esta tipología continúa siendo central en los estudios turísticos, su limitación consiste en que puede simplificar en exceso la experiencia del viajero si se interpreta de manera rígida. En realidad, los motivos de empuje y atracción no operan de forma aislada: el deseo de escapar cobra sentido frente a destinos específicos que prometen cierto tipo de experiencia, y los atributos

del destino sólo resultan atractivos cuando conectan con necesidades previas del sujeto. Por ello, en el caso de Mazatlán, no basta con afirmar que Carnaval atrae por su oferta festiva o que Semana Santa lo hace por su playa y tradición vacacional; es necesario reconocer que ambos periodos activan disposiciones subjetivas distintas en los turistas y producen formas diferenciadas de apropiación del destino.

De esta misma línea, Dann (1981) amplía la discusión al señalar que el turismo implica una doble lógica de "escape" y "búsqueda". Este planteamiento complementa a Crompton porque no sólo alude a necesidades funcionales, sino también a la carga simbólica del desplazamiento. Así, el viaje no representa únicamente una salida temporal de la vida cotidiana, sino también una entrada a espacios donde el sujeto puede resignificar su identidad, sus relaciones y sus emociones. En ese marco, el Carnaval de Mazatlán puede interpretarse como un escenario de ruptura controlada con la rutina, donde la música, el espectáculo y la masividad permiten experimentar anonimato, intensidad y desinhibición. En contraste, Semana Santa, aun cuando también moviliza flujos masivos, puede asociarse más con convivencia familiar, descanso estacional y prácticas vacacionales socialmente normalizadas. Esta diferencia es importante porque sugiere que no toda alta afluencia responde al mismo patrón motivacional.

La propuesta de Pine y Gilmore (1999) profundiza aún más esta discusión al afirmar que el turista contemporáneo ya no busca solamente bienes o servicios, sino experiencias memorables. Su contribución es clave porque desplaza el análisis desde el consumo material hacia el consumo emocional y simbólico. No obstante, este enfoque debe matizarse: no toda experiencia memorable es homogénea ni tiene el mismo valor para todos los visitantes. Precisamente por ello, para Olmos et al. (2024) resultan relevantes al mostrar que existen perfiles motivacionales diversos según edad, contexto social y expectativas de viaje. Ambos planteamientos coinciden en rechazar una idea uniforme del turista, pero avanzan en direcciones distintas: Pine y Gilmore (1999) enfatizan la transformación del mercado turístico hacia la economía de la experiencia, mientras que Olmos et al. (2024) insisten en la heterogeneidad de quienes consumen esas experiencias. Para este estudio, esa articulación es útil porque permite suponer que Carnaval y Semana Santa no sólo ofrecen experiencias diferentes, sino que convocan también a segmentos distintos de demanda nacional.

Desde la psicología del turismo, varios autores coinciden en que las decisiones del viajero no se explican exclusivamente por criterios utilitarios. Ryan y Deci (2000),

Pearce (2005) y Yoon y Uysal (2005) convergen en destacar que el viaje se vincula con necesidades internas, emociones y expectativas previas. Sin embargo, cada uno aporta un matiz distinto. Ryan y Deci explican la lógica motivacional desde la autodeterminación; Pearce introduce una lectura evolutiva de las necesidades del turista según la trayectoria vital; y Yoon y Uysal conectan las motivaciones con la satisfacción posterior. En conjunto, estos autores permiten sostener que las motivaciones no sólo impulsan el viaje, sino que también condicionan la forma en que el destino será evaluado. En otras palabras, el turista no llega “vacío” al destino: arriba con una estructura previa de deseos y expectativas que influye directamente en su experiencia y en su disposición a regresar.

Esta idea se observa también en los estudios sobre percepción. Núñez et al. (2025) y Zeng et al. (2021) subrayan que la experiencia previa, la percepción de calidad y la satisfacción influyen en la forma en que el turista valora un destino. Aquí conviene ir más allá de la mera descripción y señalar que estos trabajos introducen un elemento decisivo para el análisis de Mazatlán: la percepción no es un reflejo objetivo del destino, sino una construcción mediada por recuerdos, comparaciones y disposiciones emocionales. Esto implica que dos turistas pueden vivir el mismo contexto festivo de manera distinta, dependiendo de su historia de viaje, sus expectativas o su tolerancia a la saturación. Por eso, la percepción del visitante no debe entenderse como una variable complementaria, sino como un eje articulador entre motivación, satisfacción y lealtad al destino.

En cuanto a los factores intrínsecos, Crompton (1979), Gnoth (1999) y Zenker y Kock (2020) coinciden en resaltar la importancia de dimensiones como la curiosidad, el autodescubrimiento, la relajación y la búsqueda de bienestar. No obstante, sus aportes muestran también una evolución del debate. Mientras Crompton formuló una base clásica centrada en necesidades socio-psicológicas, trabajos posteriores han complejizado el análisis al incorporar cambios generacionales y coyunturales. Por ejemplo, Zenker y Kock (2020), junto con Talwar et al. (2021), evidencian que el contexto postpandemia reconfiguró las prioridades del turista, otorgando mayor peso a la salud mental, la seguridad y la preferencia por espacios menos saturados. Este giro resulta particularmente relevante para comparar Carnaval y Semana Santa en Mazatlán, ya que ambas temporadas concentran multitudes, pero pueden ser percibidas de forma distinta según el grado de exposición, masificación o seguridad que cada visitante considere aceptable. Aquí aparece una tensión importante: el deseo de experiencias intensas convive con la necesidad de control y protección,

lo que obliga a matizar la idea de que la demanda turística en temporadas altas responde sólo a la búsqueda de diversión.

Respecto a los factores extrínsecos, Baloglu y Uysal (1996), Kiralova y Pavlicecka (2015) y Yang et al. (2024) coinciden en destacar la relevancia de la imagen del destino, la influencia de los medios y las recomendaciones sociales. Sin embargo, mientras los primeros trabajos se centraron en la capacidad de la imagen para orientar la elección turística, investigaciones más recientes permiten observar cómo esa imagen hoy es intensamente mediada por plataformas digitales, narrativas visuales y validación social. Esto representa un avance importante, porque la atracción del destino ya no depende sólo de sus atributos "reales", sino de cómo estos circulan, se exhiben y se consumen simbólicamente en entornos digitales. En Mazatlán, ello puede traducirse en que Carnaval proyecte una imagen asociada al espectáculo, la fiesta y la intensidad colectiva, mientras Semana Santa remita a descanso, playa y convivencia. Aunque ambas imágenes pueden coexistir en el mismo espacio urbano, su capacidad de atracción no es idéntica ni interpela al mismo tipo de turista.

Al mismo tiempo, esta valorización de los factores extrínsecos también requiere una lectura crítica. Dodds y Butler (2019) advierten que la promoción intensiva y la validación digital pueden contribuir al *overtourism*, es decir, a la saturación del destino. Esta observación es importante porque introduce una tensión ausente en varios enfoques motivacionales: aquello que atrae turistas y fortalece la competitividad del destino puede también deteriorar la experiencia, la percepción de seguridad o la calidad del servicio. Así, la imagen positiva del destino no debe interpretarse automáticamente como una ventaja lineal. En periodos de alta concentración, como Carnaval y Semana Santa, la saturación puede volverse un factor ambivalente: para algunos turistas constituye parte del atractivo colectivo del evento, mientras que para otros reduce su satisfacción y disminuye su intención de retorno. Este punto aporta una dimensión analítica clave al estudio, pues permite entender que las motivaciones no sólo explican la llegada al destino, sino también las posibles contradicciones de la experiencia turística.

La percepción de seguridad adquiere especial relevancia. Pizam (2002) señala que esta percepción está mediada por variables como edad, género, tipo de hospedaje o experiencias previas, lo cual refuerza la idea de que la demanda turística no puede tratarse como homogénea. Más aún, la seguridad funciona como un punto de encuentro entre factores intrínsecos y extrínsecos: es externa en tanto remite a con-

diciones del destino, pero también subjetiva porque depende de cómo el visitante interpreta esas condiciones. Para el caso de Mazatlán, esto significa que la elección entre viajar en Carnaval o en Semana Santa no puede separarse de la manera en que distintos grupos valoran el ambiente festivo, la masificación, el orden urbano o la tranquilidad relativa de cada periodo.

Sinconi (2020) subraya que el conocimiento de las motivaciones específicas de los viajeros constituye una base clave para diseñar estrategias turísticas más pertinentes. Desde esta perspectiva, puede sostenerse que la motivación turística en periodos como Carnaval y Semana Santa se construye a partir de una articulación de factores emocionales, sociales, experienciales y simbólicos, que exceden una explicación centrada sólo en aspectos materiales. De este modo, la decisión de viaje se configura como un fenómeno multifactorial en el que intervienen la búsqueda de experiencias intensas, la necesidad de convivencia, la expectativa de bienestar emocional y la construcción anticipada de imágenes cognitivas y afectivas sobre el destino.

En conjunto, la literatura revisada permite afirmar que las motivaciones turísticas no son un inventario de razones aisladas, sino una estructura compleja en la que se articulan emociones, valores, imaginarios, atributos del destino y condiciones sociales. Los autores revisados coinciden en que el comportamiento del turista está mediado por dimensiones internas y externas; sin embargo, difieren en el énfasis otorgado a cada una. Algunos privilegian las necesidades psicológicas, otros la experiencia consumida, otros la imagen del destino o la satisfacción posterior.

El aporte de este artículo consiste precisamente en poner estas perspectivas en diálogo para analizar comparativamente dos temporalidades turísticas de gran importancia en Mazatlán. Más que asumir que Carnaval y Semana Santa atraen al mismo visitante por razones similares, se parte de la premisa de que cada periodo configura una estructura motivacional particular, donde cambian las jerarquías entre diversión, descanso, convivencia, seguridad, tradición, intensidad emocional e imagen del destino.

En suma, comprender la demanda turística nacional en Mazatlán exige superar una lectura meramente descriptiva de las motivaciones y avanzar hacia un análisis relacional. El interés no está sólo en identificar qué factores influyen en la decisión de viaje, sino en explicar cómo esos factores se combinan, se tensionan y adquieren distinto peso según el contexto festivo. Desde esta perspectiva, Carnaval y Semana Santa no son únicamente temporadas de alta afluencia, sino dispositivos sociales y

culturales que activan imaginarios, expectativas y formas diversas de experimentar el destino. Ese enfoque comparativo permite enriquecer la interpretación de la demanda turística y aportar una lectura más fina sobre la complejidad motivacional que estructura la llegada de turistas nacionales a Mazatlán.

A partir de este marco teórico, resulta necesario situar el análisis en las condiciones concretas del destino, ya que las motivaciones turísticas no se producen en abstracto, sino en relación con contextos territoriales, económicos y socioculturales específicos. En el caso de Mazatlán, estas condiciones ayudan a explicar por qué Carnaval y Semana Santa activan expectativas y experiencias diferenciadas entre los visitantes.

1.2 Condiciones estructurales del destino y su influencia en la motivación turística en Mazatlán, Sinaloa

Mazatlán constituye uno de los puertos turísticos más relevantes del noroeste de México por una combinación de factores territoriales y funcionales que lo hacen especialmente atractivo para la demanda regional y nacional. Su localización sobre la costa del Pacífico, su extensión litoral de 17 kilómetros y sus condiciones climáticas de tipo cálido subhúmedo favorecen una oferta turística sostenida en torno al mar, la recreación y la estancia temporal (Semarnat, 2025; API, 2020). Más que datos geográficos aislados, estas características operan como condiciones estructurales que fortalecen la accesibilidad simbólica y material del destino: Mazatlán aparece ante los visitantes como un espacio de clima favorable, paisaje costero y disponibilidad de servicios, es decir, como un destino que activa motivaciones vinculadas con el descanso, el disfrute y el escape de la rutina.

Esta posición se refuerza por su papel económico y urbano dentro de Sinaloa. La centralidad del comercio y los servicios en su estructura productiva muestra que el turismo no es una actividad complementaria, sino uno de los ejes que organizan la vida local (INEGI, 2024a). En este sentido, la importancia de Mazatlán no reside únicamente en su valor paisajístico, sino en su capacidad para funcionar como un destino preparado para recibir flujos turísticos recurrentes. La presencia de población joven, la creciente llegada de población internacional, sobre todo de Estados Unidos y Canadá, y su imagen cosmopolita refuerzan además la idea de una ciudad abierta al visitante y socialmente dinámica (INEGI, 2020; Lizárraga, 2022). Estas condiciones no explican por sí mismas la motivación turística, pero sí crean el marco

estructural a partir del cual determinadas motivaciones pueden activarse con mayor intensidad.

Desde esta perspectiva, la estructura económica y turística de Mazatlán permite entender que la atracción del destino no es homogénea a lo largo del año, sino marcadamente estacional. Uno de los principales momentos en que se dinamiza la economía local ocurre durante el Carnaval Internacional y durante Semana Santa, temporalidades que concentran gran afluencia de visitantes y reconfiguran el uso turístico de la ciudad. Esta estacionalidad no sólo tiene efectos económicos; también organiza expectativas de viaje distintas. En otras palabras, Mazatlán no atrae de la misma manera en todos los periodos, sino que su capacidad de convocatoria depende de cómo cada temporada articula ciertos atractivos del destino con determinadas disposiciones del visitante.

En ese marco, el Carnaval ocupa un lugar central en la configuración turística de la ciudad. Desde sus orígenes, esta celebración no fue sólo una práctica festiva local, sino también una estrategia deliberada de proyección urbana y atracción turística. Su surgimiento en 1898, con el apoyo de autoridades, comerciantes e industriales portuarios, revela que desde temprano la fiesta fue concebida como un dispositivo de modernización simbólica y promoción del puerto (Cenobio, 2017). Este dato histórico adquiere relevancia analítica porque muestra que el Carnaval no es únicamente un antecedente cultural, sino una estructura de atracción turística construida socialmente. En términos motivacionales, ello permite vincular este periodo con las propuestas de Crompton sobre factores *pull*, ya que el evento ofrece estímulos concretos del destino (espectáculo, música, ambiente colectivo, excepcionalidad) que atraen a quienes buscan vivir una experiencia distinta a la vida cotidiana.

Sin embargo, el Carnaval no moviliza sólo por sus atributos visibles, también activa motivaciones asociadas con el escape, la intensidad emocional y la búsqueda de experiencias memorables, en el sentido que proponen Dann (1981) y Pine y Gilmore (1999). La fiesta carnavalesca se asocia con transgresión temporal, espectacularidad y ruptura con la rutina, por lo que puede entenderse como una experiencia de consumo simbólico donde el visitante no sólo observa, sino que participa de una atmósfera emocional compartida. En este sentido, Mazatlán produce durante Carnaval un tipo de motivación turística ligada a la efervescencia social, a la búsqueda de novedad y a la vivencia extraordinaria del espacio urbano. La ciudad, en ese periodo, se presenta como destino festivo.

Semana Santa, aunque también concentra alta movilidad y derrama económica, configura una lógica motivacional distinta. Como señalan Roa y Ávila (2024), este periodo combina dimensiones económicas y religiosas, pero desde el punto de vista turístico su atractivo no se agota en la conmemoración religiosa. En Mazatlán, Semana Santa activa sobre todo prácticas de descanso, convivencia y vacación familiar, con una apropiación del destino menos centrada en el espectáculo y más asociada al disfrute de playa, tiempo libre y reunión social. Aquí la motivación no se articula tanto con la transgresión como con la búsqueda de bienestar, tranquilidad relativa y sociabilidad familiar. Por ello, si el Carnaval posiciona a Mazatlán como un destino de fiesta y experiencia intensa, Semana Santa lo reafirma como un destino familiar y vacacional.

Esta diferencia entre ambos periodos permite aprovechar mejor la evidencia empírica existente sobre la demanda regional del puerto. Lizárraga (2014) encontró que durante Semana Santa los turistas nacionales provenían principalmente de Sinaloa, Durango y Chihuahua, es decir, de entidades vecinas, con un perfil joven y con ingresos mensuales entre 5 y 8 mil pesos. Además, identificó como principales factores de atracción el “sol y playa” y la “vida nocturna”. Más adelante, Sánchez et al. (2023), a partir de una encuesta levantada en Mazatlán, observaron nuevamente un predominio de turistas de Sinaloa (15%), Chihuahua (15%) y Durango (13%), así como una escolaridad principalmente de licenciatura (51%) y bachillerato (21%). Ambos estudios coinciden en que la demanda turística nacional en Mazatlán es predominantemente regional y que el puerto mantiene una fuerte capacidad de atracción sobre estados próximos.

Lo relevante de estos hallazgos no es sólo el origen geográfico de los visitantes, sino lo que ello sugiere para el análisis de las motivaciones. La cercanía territorial, la conectividad regional y la familiaridad con el destino reducen costos y riesgos percibidos, y al mismo tiempo facilitan viajes asociados con descanso breve, convivencia y ocio estacional. Así, la estructura regional de la demanda refuerza la idea de que Mazatlán funciona como un destino accesible tanto física como culturalmente para amplios sectores del turismo nacional. Esta accesibilidad opera como condición estructural que potencia motivaciones de corto alcance: escapadas temporales, vacaciones familiares y participación en eventos masivos sin necesidad de una gran planificación o inversión.

A esta accesibilidad regional se suman ciertas condiciones sociales del municipio que complejizan el funcionamiento del destino turístico. Aunque Mazatlán registró en 2020 un índice de Gini de 0.325, lo que lo ubica entre los municipios con menor desigualdad relativa en Sinaloa, ello no elimina la persistencia de sectores en situación de vulnerabilidad: la pobreza moderada afectaba al 19.7 % de la población y la pobreza extrema al 1.22 %. Además, las principales carencias sociales se concentraban en el acceso a seguridad social, alimentación y servicios de salud (INEGI, 2024b). Considerar estas condiciones resulta relevante porque permite entender que la dinámica turística del puerto se desarrolla en un entorno social heterogéneo, donde la atracción del destino convive con desigualdades estructurales que también inciden en su organización y en la experiencia del visitante.

Ahora bien, uno de los elementos más importantes del contexto actual es la seguridad, aunque su integración analítica exige evitar una lectura meramente cronológica de la violencia. En materia de percepción ciudadana, la seguridad pública y la confianza institucional muestran límites importantes: en 2024 sólo 54.6 % de los hombres y 35.6 % de las mujeres sinaloenses afirmaban sentirse seguros en su entidad, mientras la confianza en la policía estatal apenas alcanzaba 13% (INEGI, 2024c). A ello se suma el escalamiento de la violencia a partir de julio de 2024, derivado de la confrontación interna entre facciones del Cártel de Sinaloa tras la captura de Ismael Zambada, situación que provocó enfrentamientos, desplazamientos y un aumento significativo de homicidios en 2024 y 2025 (Monjardín, 2025a; Monjardín, 2025b; Camhaji, 2024; Quintero, 2025).

No obstante, para este estudio el punto no es reconstruir la violencia como crónica del conflicto, sino identificar cómo esta situación tensiona la motivación turística. La inseguridad constituye una variable que podría inhibir el viaje; sin embargo, los datos del estudio muestran una percepción relativamente alta de seguridad entre quienes visitan Mazatlán. Esta tensión entre contexto violento y percepción positiva del destino es analíticamente relevante porque indica que la motivación turística no se explica sólo por condiciones objetivas del entorno, sino también por filtros subjetivos, experiencias previas, familiaridad regional e imágenes consolidadas del puerto. En otras palabras, Mazatlán sigue siendo elegido no porque la violencia sea inexistente, sino porque para muchos visitantes otros elementos (la fiesta, la playa, la convivencia, la tradición vacacional y la cercanía) mantienen su capacidad de atracción por encima del riesgo percibido.

Esto ayuda a explicar también las variaciones recientes en la afluencia turística. Mientras en 2024 Mazatlán registró 992,842 visitantes durante Carnaval y 743,788 en Semana Santa, en 2025 recibió 950,000 y 607,000 respectivamente, lo que representa una disminución de 4% y 18% en cada temporada¹ (SECTUR, 2025). Más que leer estos datos sólo como una caída cuantitativa, conviene interpretarlos como una expresión de la sensibilidad diferenciada de cada temporalidad ante el contexto. El descenso más pronunciado en Semana Santa sugiere que las motivaciones asociadas con el descanso familiar podrían ser más vulnerables a la percepción de inseguridad que aquellas ligadas al atractivo excepcional y espectacular del Carnaval. Dicho de otro modo, no todas las motivaciones resisten del mismo modo las tensiones del entorno.

Mazatlán no debe entenderse únicamente como un contexto geográfico o histórico, sino como un destino estructurado por condiciones que moldean de manera específica la motivación turística. Su localización y conectividad regional lo vuelven accesible; su economía de servicios y su vocación turística lo posicionan como espacio preparado para el consumo recreativo; su configuración sociocultural lo proyecta como un destino dual, festivo en Carnaval y familiar en Semana Santa. De igual modo, su contexto de seguridad introduce una tensión que no anula la atracción del puerto, pero sí reconfigura la forma en que esta se experimenta. Desde esta perspectiva, las condiciones estructurales de Mazatlán no son un telón de fondo, sino elementos que ayudan a explicar por qué el destino produce motivaciones diferenciadas y por qué los resultados del estudio muestran variaciones entre una temporalidad y otra.

Con base en lo anterior, el siguiente apartado presenta la metodología empleada para analizar comparativamente la motivación turística nacional en Mazatlán durante Carnaval y Semana Santa, atendiendo tanto a las condiciones estructurales del destino como a las características y percepciones de sus visitantes.

¹ Esta es una estimación de turistas nacionales e internacionales, que la Secretaría de Turismo del estado de Sinaloa, hace de manera indirecta, tomando en cuenta variables como la ocupación hotelera, plataformas, promedio de personas por habitación, noches de estancia, flujos en aeropuertos, centrales de autobuses y cruceros. La SECTUR no realiza un desglose por nacionalidad de los visitantes, por lo que estima sólo el global de turistas.

2. Metodología

Para examinar la estructura motivacional de la demanda turística nacional en Mazatlán, se diseñó una estrategia metodológica orientada a comparar dos temporadas de alta concentración de visitantes y de significación turística diferenciada: el Carnaval y la Semana Santa. Este enfoque permite observar cómo varían las motivaciones, percepciones y características de los turistas según el contexto específico de viaje.

Este estudio se basa en un enfoque cuantitativo de tipo comparativo, pues este tipo de estudios permite al investigador explorar la diversidad de causales sobre un fenómeno particular (Ragin, 2007, p. 183). En este caso, está orientado a identificar las diferencias y similitudes en los perfiles, motivaciones y percepción de los turistas nacionales que visitaron Mazatlán durante dos de los principales periodos vacacionales del primer semestre del año: el Carnaval (del 6 al 13 de febrero de 2025) y la Semana Santa (del 13 al 20 de abril de 2025). Ambos periodos son considerados de alta afluencia turística y representan momentos clave para el análisis de las dinámicas del turismo nacional.

La técnica de recolección de datos fue la encuesta, y el instrumento fue un cuestionario estructurado, diseñado para capturar información sobre indicadores sociodemográficos (edad y lugar de origen), económicos (ingreso y tipo de alojamiento), motivacionales (razones del viaje, expectativas) y perceptuales (sensación de seguridad). La encuesta incluyó tanto preguntas cerradas como escalas de valoración tipo Likert, que permitieron medir con mayor precisión las percepciones y valoraciones de los visitantes (Bhattacharjee, 2012, p. 75)

Considerando que los datos más confiables son los registros oficiales de la Sectur estatal, y éstos no segmentan la nacionalidad de los turistas, el universo de población que se consideró fue el número de turistas globales (nacionales e internacionales) que visitaron la ciudad, en cada una de las temporadas analizadas durante el año 2025. Como ya se mencionó arriba, fueron 950,000 en Carnaval y 607,000 en Semana Santa.

La aplicación de los cuestionarios se realizó mediante un muestreo por conveniencia no probabilístico, el cual consiste en seleccionar a los participantes por facilidad de acceso, disponibilidad o cercanía de los investigadores (Bhattacharjee, 2012, p. 69) Por lo tanto, los resultados no son generalizables al total del universo estimado

por la Sectur, sino que se trata de una muestra adecuada que permite identificar y comparar tendencias y percepciones de los participantes encuestados.

En total se levantaron 116 cuestionarios durante el Carnaval y 100 durante Semana Santa. Los criterios tomados para la inclusión de los sujetos fueron dos: 1) Ser turistas de nacionalidad mexicana; y 2) Ser mayores de edad. La aplicación del cuestionario fue dirigido tanto a hombres como a mujeres y personas no binarias, y se levantó en espacios públicos estratégicos de la ciudad previamente planeados como el Malecón, la Zona Dorada, el Centro Histórico y áreas aledañas a las playas principales, en diferentes horarios del día para asegurar diversidad de perfiles.

La validación del instrumento se realizó consultando encuestas previas levantadas en Mazatlán (Lizárraga, 2014 y Sánchez et al., 2023). Se hizo una selección de los indicadores de interés y se hizo una prueba piloto el primer día de ambos periodos, lo que permitió a los investigadores, la aplicación de la muestra total los días siguientes, ajustando la redacción de ítems, tiempos de aplicación y pertinencia de las categorías de respuesta. Los datos fueron procesados y analizados mediante el programa de software Excel (frecuencias, porcentajes) y el análisis comparativo se hizo con mapas y tablas cruzadas simples.

El análisis fue conducido bajo criterios de aplicación empírica y con un enfoque interpretativo que, aunque basado en datos cuantificables, buscó atender al significado social de las prácticas turísticas observadas. Asimismo, se siguieron principios éticos de consentimiento informado, anonimato y uso exclusivo de los datos con fines académicos.

Este diseño metodológico permitió obtener una radiografía actualizada del mercado turístico de Mazatlán en dos momentos clave, así como identificar las motivaciones intrínsecas y extrínsecas, así como patrones de comportamiento, consumo y representación del destino que aportan insumos valiosos para la planeación turística, la gestión urbana y la reflexión académica sobre el turismo nacional contemporáneo.

3. Resultados

En el presente apartado de resultados, se presenta el análisis cartográfico que muestra el origen geográfico de los turistas que visitan Mazatlán en los dos periodos considerados (Carnaval y Semana Santa del año 2025). En esta sección también

se presentan comparativamente los perfiles socioeconómicos y demográficos de los turistas, así como las motivaciones por grupos demográficos, formas de alojamiento y percepción de seguridad.

En cuanto al origen geográfico de los turistas, se tiene que en el periodo de Carnaval (N=116), Jalisco ocupó el primer lugar con 20%, seguido por Ciudad de México (16%) y Zacatecas (10%), destacando también Sinaloa (9%) y Durango (8%) (ver Tabla 1).

Tabla 1. Entidades de origen de los turistas nacionales que asistieron al Carnaval en Mazatlán

CARNAVAL	Número absoluto	Porcentaje
Jalisco	24	20%
CDMX	19	16%
Zacatecas	12	10%
Sinaloa	11	9%
Durango	10	8%
Chihuahua	6	5%
Coahuila	6	5%
Guanajuato	5	4%
Nuevo León	4	3%
Edo Mex	4	3%
Sonora	3	2%
Hidalgo	2	1%
Puebla	2	1%
Querétaro	2	1%
San Luis Potosí	2	1%
Tabasco	1	0.80%
Michoacán	1	0.80%
Morelos	1	0.80%
Nayarit	1	0.80%
Total	116	100%

Fuente: Elaboración propia con base en información de la encuesta aplicada en Carnaval (2025).

Por su parte, en Semana Santa se observan patrones diferenciados con una marcada concentración regional. Durante este periodo (N=100), Ciudad de México (20%) y Sinaloa (20%) encabezaron la afluencia, seguidos por Durango (11%), Jalisco (11%) y Coahuila (10%) (ver Tabla 2).

Tabla 2. Entidades de origen de los turistas nacionales que asistieron en Semana Santa a Mazatlán

SEMANA SANTA	Número absoluto	Porcentaje
CDMX	20	20%
Sinaloa	20	20%
Durango	11	11%
Jalisco	11	11%
Coahuila	10	10%
Chihuahua	5	5%
Morelos	5	5%
Michoacán	4	4%
Nayarit	2	2%
Edo Mex	2	2%
Guanajuato	2	2%
Baja California	2	2%
Sonora	2	2%
Oaxaca	1	1%
Zacatecas	1	1%
Querétaro	1	1%
Veracruz	1	1%
Total	100	100%

Fuente: Elaboración propia con base en información de la encuesta aplicada en Semana Santa (2025).

Haciendo un análisis espacial del origen de las entidades más significativas en cuanto al origen, se tiene que en ambos casos se confirma la relevancia del turismo de origen regional, lo que sugiere que la proximidad geográfica y la conectividad terrestre influyen de manera determinante en la elección de Mazatlán como destino durante temporadas de alta afluencia, probablemente por facilitar la logística del desplazamiento y permitir mayor flexibilidad presupuestaria. En contraste, la participación de entidades del sur y sureste del país es reducida.

Cabe señalar que los mapas presentan solamente las diez entidades con mayor participación para fines de claridad analítica; sin embargo, el total de visitantes incluye otras entidades con porcentajes menores —entre 1% y 2% en Semana Santa y entre 0.8% y 3% en Carnaval— que en conjunto completan el 100% de la muestra analizada (ver figuras 1 y 2).

Figura 1. Diez entidades de origen más significativas de los turistas nacionales de Carnaval en Mazatlán



Fuente: Elaboración propia con base en información de la encuesta aplicada en Carnaval (2025).

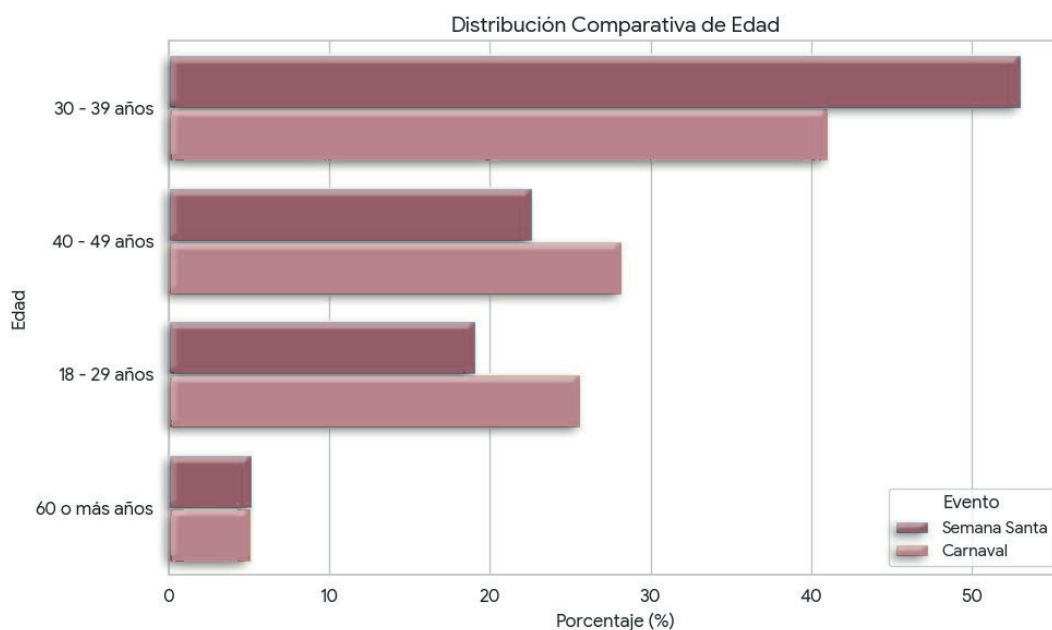
Figura 2. Diez entidades de origen más significativas de los turistas nacionales de Semana Santa en Mazatlán



Fuente: Elaboración propia con base en información de la encuesta aplicada en Semana Santa (2025).

En cuanto a la estructura etaria de los turistas nacionales, se observa una diferenciación en los dos periodos, lo que permite identificar motivaciones distintas (ver figura 3). En Semana Santa la mayor parte de los encuestados (53%) se concentra en el rango de entre 30 y 39 años de edad. Le siguen los turistas entre 40 y 49 años (23%) y los jóvenes de 18 a 29 años (19%). Este patrón refuerza la idea de que atrae principalmente a adultos en edad familiar y productiva. Mientras que en Carnaval se muestra una distribución etaria más diversificada, con mayor presencia relativa de jóvenes entre 18 y 29 años de edad (25%). Esta distribución sugiere que un evento masivo y festivo está fuertemente dominado por adultos jóvenes y de mediana edad entre 40 y 49 años (28%). En ambos periodos analizados, el rango de edad de 60 años y más, es minoritario (4% y 5%) respectivamente, lo cual puede explicarse por la preferencia de este grupo etario hacia periodos menos saturados.

Figura 3. Edad de turistas nacionales en Mazatlán durante Carnaval y Semana Santa 2025



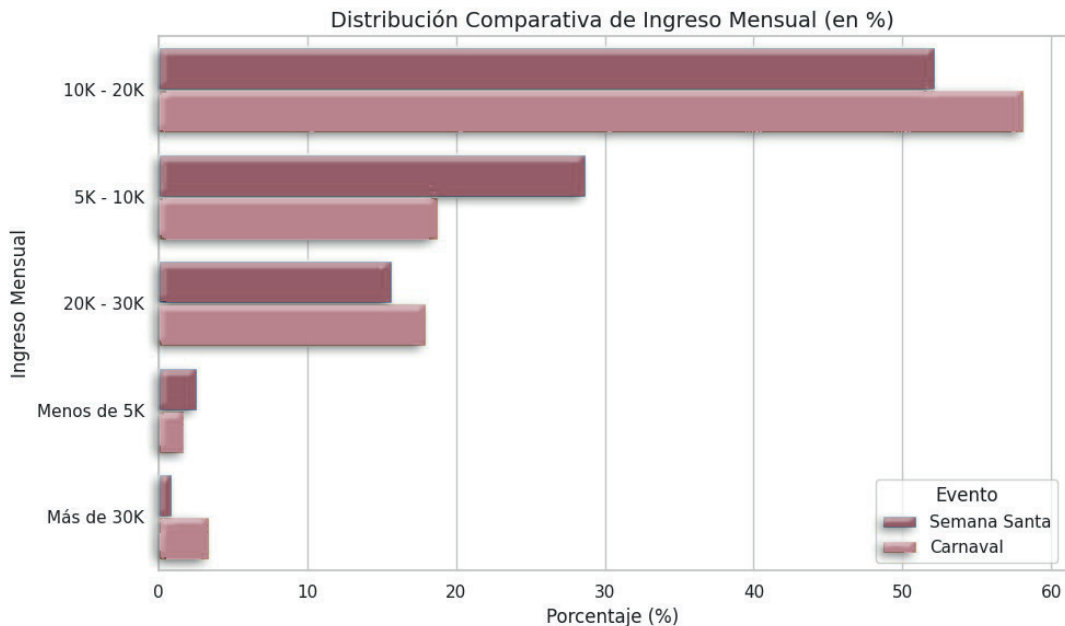
Fuente: Propia con base en la encuesta levantada.

Al preguntar sobre el ingreso mensual promedio que tienen los turistas en estas dos temporadas del año, en ambos casos coinciden en que tienen un salario que oscila entre diez y veinte mil pesos mensuales principalmente, lo que sugiere que se trata de un perfil económicamente medio-bajo coincidente con la media nacional

con capacidad de gasto moderada. En segundo lugar, se ubican los turistas con un ingreso mensual entre cinco y diez mil pesos (ver figura 4).

Desde una perspectiva comparativa, los turistas de Semana Santa muestran un ingreso económico más heterogéneo, mientras que en Carnaval la mayor concentración (59%) se representa en el rango de diez a veinte mil pesos mensuales.

Figura 4. Ingreso mensual de turistas nacionales en Mazatlán durante Carnaval y Semana Santa 2025

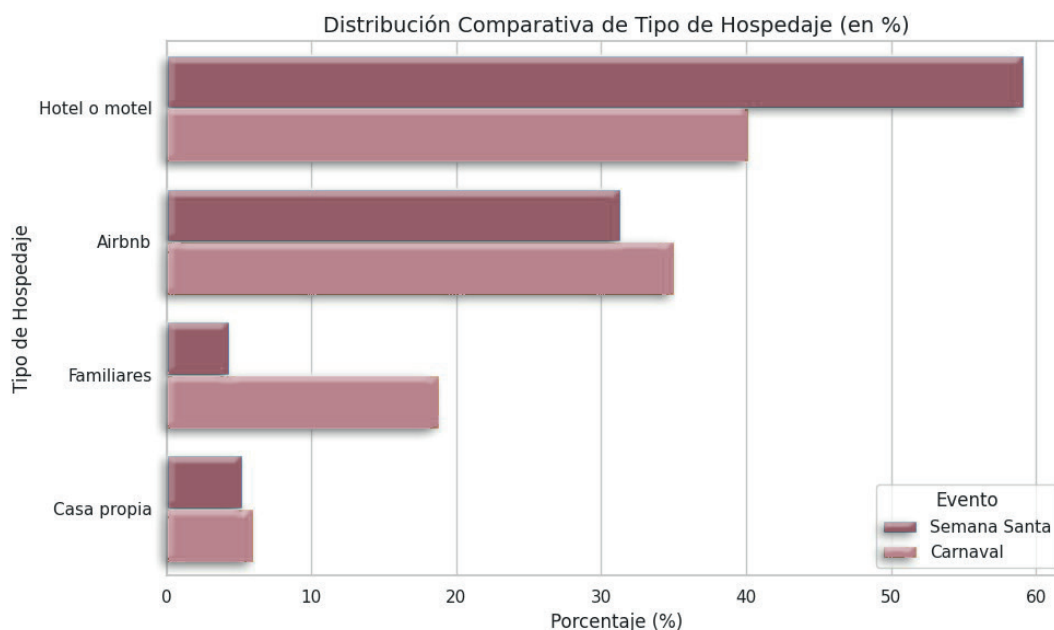


Fuente: Propia con base en la encuesta levantada.

El tipo de hospedaje preferido por los turistas nacionales en ambos periodos sigue siendo el hotel o motel (40% en Carnaval y 59% en Semana Santa) sin embargo, el tipo de hospedaje de renta vacacional particularmente reservados por medio de la plataforma Airbnb, ha tenido una tendencia creciente en la actualidad, pues el 35% de los turistas de Carnaval prefirieron este tipo de hospedaje y el 31% en Semana Santa.

Una tercera forma de alojamiento que arrojó la encuesta es en casa de familiares, particularmente en los días de Carnaval (19%) lo que se interpreta como la llegada de un turismo de cercanía geográfica y presupuesto comprometido (ver figura 5).

Figura 5. Tipo de alojamiento de los turistas nacionales en Mazatlán durante Carnaval y Semana Santa 2025

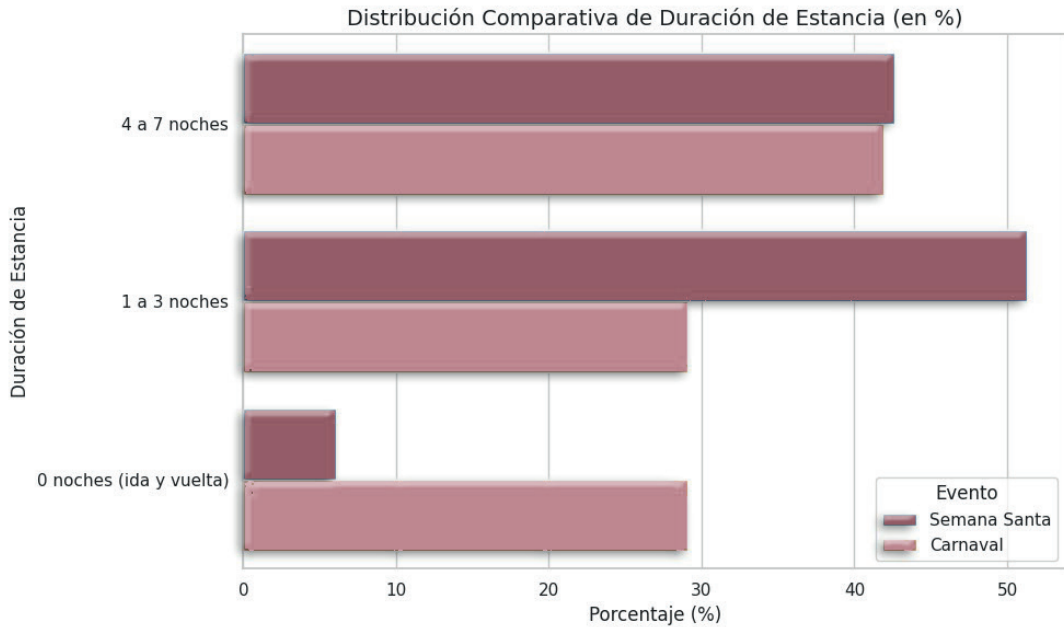


Fuente: Propia con base en encuesta levantada.

Respecto a la duración de sus estancias, se tiene que en Semana Santa los turistas nacionales tienen estancias más largas que en Carnaval. La mayoría de los visitantes permanece entre 1 y 3 noches. No obstante, en Semana Santa es más común encontrar estadias prolongadas de hasta una semana. Durante Carnaval, un 29% de los visitantes no pernocta en la ciudad, sino que regresan a su lugar de origen (ver figura 6).

Este dato, sumado al mayor uso de plataformas como Airbnb y el alojamiento con familiares, sugiere en Carnaval un turismo más vinculado a redes sociales y familiares, y menos dependiente de la infraestructura hotelera, probablemente por tratarse de visitas más espontáneas, de bajo presupuesto y de corte recreativo inmediato.

Figura 6. Duración de la estancia en el destino por parte de turistas nacionales durante Carnaval y Semana Santa 2025

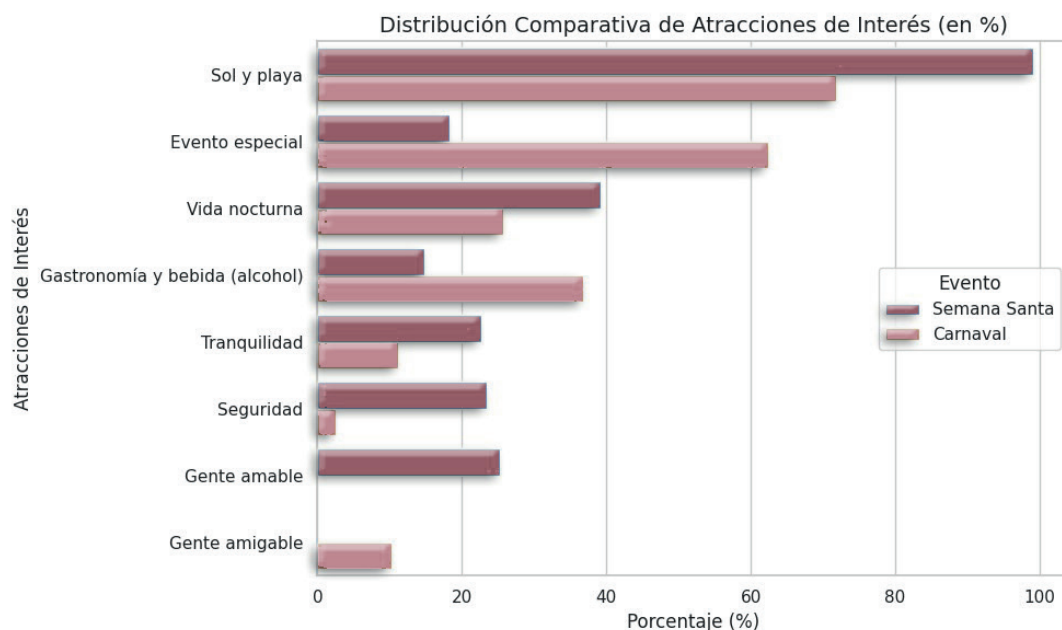


Fuente: Propia con base en la encuesta levantada.

Al preguntar cuáles fueron los factores de atracción para visitar Mazatlán en esa determinada temporada del año, los encuestados tuvieron la opción de responder a más de una variable, por lo que la figura 7 muestra la importancia en cada una de las variables. El factor “Sol y playa” sigue siendo la principal respuesta en ambos casos. Haciendo un análisis comparativo, en Semana Santa, la motivación descrita como “Sol y Playa” es acompañada de otras como “gente amable”, “seguridad” y “tranquilidad”. Estos elementos en su conjunto indican un turismo orientado a la experiencia integral del destino, convivencia y bienestar en su estancia.

Por otra parte, en Carnaval, la motivación climática es acompañada de otros elementos que caracterizan un evento festivo y masivo. Los encuestados señalaron que “un evento especial” fue el segundo en importancia, seguido de “gastronomía y alcohol” y “vida nocturna”, lo que configura un turismo orientado a la festividad y el entretenimiento.

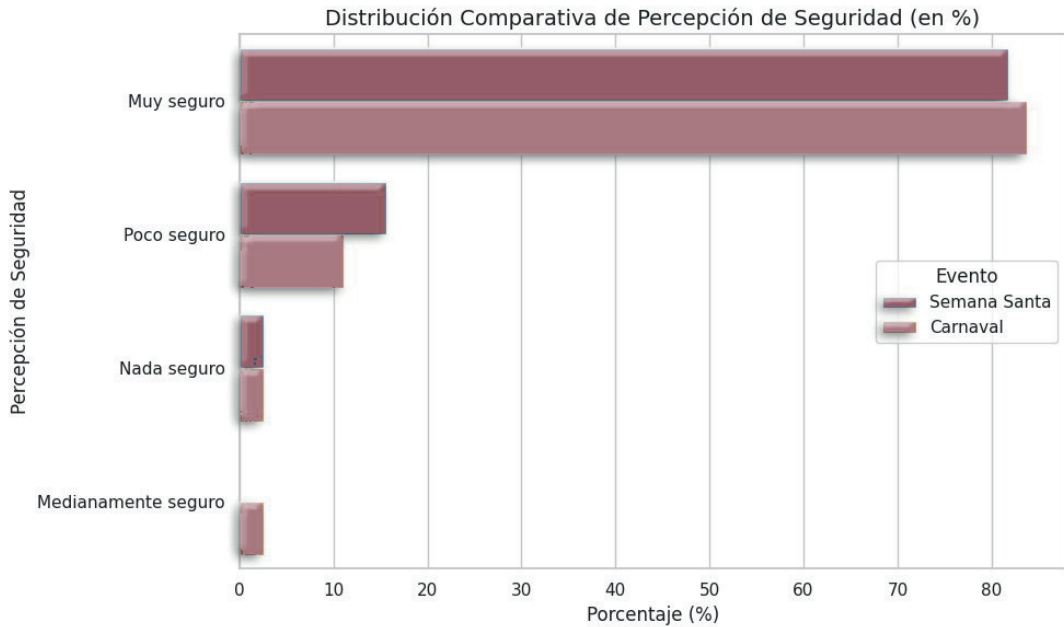
Figura 7. Factores de atracción por parte de turistas nacionales en Mazatlán durante Carnaval y Semana Santa 2025



Fuente: Propia con base en la encuesta levantada.

Un dato que se debe destacar en esta encuesta, es que se levantó en un momento particular en el que se libra un conflicto entre dos facciones del cartel de Sinaloa, y que ha dejado cientos de homicidios dolosos a lo largo del estado. Por ello, se puso atención de manera especial la percepción que tenían los turistas sobre la seguridad en esta ciudad de Mazatlán. Sobre este indicador se presentaron a los encuestados cuatro posibles respuestas que iban desde “nada seguro”, “poco seguro”, “medianamente seguro” y “muy seguro”. En este sentido, se encontró que, en ambos casos, la gran mayoría de los turistas se sienten “muy seguros” en este destino turístico, pues el 84% de los encuestados en Carnaval así lo declararon, y el 82% en Semana Santa (ver figura 8).

Figura 8. Percepción de seguridad por parte de los turistas nacionales en Mazatlán durante Carnaval y Semana Santa 2025



Fuente: Propia con base en la encuesta levantada.

4. Discusión

La investigación comparativa de las motivaciones intrínsecas y extrínsecas de los turistas domésticos en un destino mexicano, permite diferenciar los factores de atracción por grupos etarios y de nivel económico. En este sentido, esta investigación hace un importante aporte teórico al estudio de las motivaciones turísticas.

En el apartado teórico se expuso que, la motivación turística intrínseca está relacionada con la búsqueda de nuevas experiencias y estímulos inéditos. En el caso de un periodo de afluencia turística masiva como lo es un Carnaval, estos estímulos intrínsecos son satisfechos por un ambiente festivo con contenido de eventos especiales, alcohol y vida nocturna. En Semana Santa, por otra parte, las motivaciones intrínsecas de los turistas están relacionadas con la percepción interna de seguridad, un ambiente familiar y tranquilidad esperada.

Para Núñez et al. (2025) como ya se reseñó arriba, las motivaciones extrínsecas se refieren a experiencias turísticas previas, el presupuesto disponible, la cercanía geográfica, el estatus social, y la pertenencia a determinados grupos. En este sentido, para los visitantes en temporada de Carnaval y en Semana Santa, una de las motivaciones extrínsecas que se manifiestan, es la cercanía geográfica de sus lugares de origen, tratándose en ambos casos de un turismo regional.

En términos económicos, ambos periodos muestran la prevalencia de un perfil de ingresos medios-bajos, lo que coincide con la media nacional y refuerza la idea de que Mazatlán constituye un destino accesible para amplios sectores sociales. Esto coincide con lo que Pearce (1988) describe como una motivación extrínseca, donde la motivación principal es la accesibilidad y el disfrute colectivo. Las motivaciones extrínsecas, para visitar Mazatlán en ambos periodos analizados se explica, entonces, por factores de atracción vinculados con el bajo costo relativo, la cercanía geográfica y la infraestructura consolidada.

Así pues, los resultados empíricos obtenidos en este trabajo permiten analizar los patrones de movilidad turística en Mazatlán a la luz de las teorías de motivación turística, las cuales aportan una comprensión más profunda de las diferencias observadas entre los visitantes de Carnaval y Semana Santa.

Durante Carnaval, predominan las motivaciones asociadas a la búsqueda de excitación, socialización y evasión de la rutina. Se trata de un turismo joven, hedonista y fuertemente influido por la dimensión simbólica del evento. En cambio, en Semana Santa, los motivos de viaje se orientan más hacia la convivencia familiar, el descanso y el fortalecimiento de vínculos sociales, es decir, a motivaciones de atracción vinculadas con el entorno seguro, accesible y culturalmente cercano que ofrece Mazatlán. Esta diferencia respalda la hipótesis de que las motivaciones turísticas son dinámicas y contextuales, modificándose según la temporalidad y las redes sociales del visitante.

En ambos periodos existen factores de atracción (*pull*) y de rechazo (*push*), tal como expone Crompton (1979). Los factores de atracción y rechazo, también constituyen motivaciones turísticas intrínsecas y extrínsecas. El clima hostil de las entidades de origen, la rutina diaria, o el estrés laboral, son elementos extrínsecos de rechazo, mientras que los factores de atracción en Mazatlán están estrechamente ligados a éstos en sentido opuesto: el sol y playa, un clima cálido, eventos especiales, vida nocturna y la exploración de nuevos alimentos y bebidas.

Haciendo un comparativo entre los hallazgos de investigaciones previas como la de Lizárraga (2014) y Sánchez et al. (2023), en esta investigación se encontró que el origen de los turistas nacionales es más diversificado y de mayor distancia geográfica, mientras que en aquel año 2014, en Semana Santa se trataba de un turismo local originario del mismo estado de Sinaloa, doce años después, la Ciudad de México, Jalisco y Durango han adquirido mayor relevancia. El ingreso económico de los turistas también aumentó, la mayoría de los turistas en aquel estudio oscilaba en promedio de cinco a ocho mil pesos, mientras que en Semana Santa del año 2025 es entre diez y veinte mil pesos, principalmente.

El análisis de las percepciones de seguridad también puede interpretarse desde el enfoque motivacional como un factor intrínseco al tratarse de un elemento de percepción subjetiva. Ya que, como vimos arriba, para Talwar et al. (2021), después de la crisis sanitaria, los turistas se volvieron más precavidos e inseguros a la hora de elegir destinos, mostrando una inclinación por sitios menos concurridos y más pacíficos. Esta transformación muestra una nueva visión del riesgo y un aumento en la apreciación de ambientes abiertos, saludables y seguros, lo que ha cambiado considerablemente cómo se planifican y viven los viajes hoy en día. En este sentido, la percepción positiva que tuvieron los turistas de ambos periodos, mayor al 80% de los encuestados, constituye un elemento motivacional intrínseco para visitar esta ciudad. No obstante, la realidad regional mostrada en el apartado contextual del artículo, plantea interrogantes sobre la sostenibilidad de esta percepción mediante la cual se construye la imagen del destino.

La preferencia por un tipo de hospedaje en infraestructura hotelera se mantiene en ambos periodos, aunque el crecimiento sostenido de las plataformas de renta vacacional como Airbnb, refleja una diversificación en los hábitos de hospedaje que requiere atención en materia de regulación y planeación urbana. Este cambio en los patrones de hospedaje es un fenómeno que puede interpretarse como una transición hacia motivaciones más extrínsecas, donde el viajero busca experiencias adaptadas a sus necesidades económicas particulares.

Los resultados presentados confirman teóricamente, que las motivaciones turísticas operan como dimensiones interdependientes que estructuran la experiencia del viaje: Las motivaciones intrínsecas, asociadas a la autorrealización y bienestar emocional, se articulan con las motivaciones extrínsecas, relacionadas a entorno económico y social. Esta convergencia refuerza el marco teórico presentado al ini-

cio de este texto, en el sentido de que los turistas son motivados por elementos híbridos de índole económico, social y cultural, produciendo una experiencia particular para cada segmento de población.

5. Conclusiones

Con la información recopilada en las encuestas sobre el perfil y motivaciones de los turistas nacionales, se puede concluir que el mercado turístico nacional en Mazatlán es influido por factores intrínsecos y extrínsecos. Como externos, identificamos que la ubicación geográfica es un factor determinante en el mercado turístico, pues principalmente la ciudad recibe turistas provenientes de entidades de la región. Lo económico que es el destino, en comparación con otros sitios turísticos de sol y playa de la región, es otro factor externo que influye en la elección de los turistas.

Los factores internos que se identificaron son la búsqueda de una satisfacción personal como son la convivencia familiar, el descanso y el fortalecimiento de vínculos sociales, es decir, a motivaciones de atracción vinculadas con el entorno seguro, accesible y culturalmente cercano.

El análisis comparativo también permitió identificar perfiles socioeconómicos y demográficos diferenciados. Los hallazgos empíricos muestran que los dos periodos atraen a grandes flujos de turistas nacionales, pero las dinámicas de cada grupo tienen aspectos comparables: mientras que Carnaval convoca a una población visitante joven con motivaciones orientadas al espectáculo, a la socialización y disfrute en grandes masas, Semana Santa atrae a un segmento de personas más diverso, que integran familias, en busca de descanso, seguridad y convivencia. En ambos casos se encuentra una consolidación de un mercado turístico nacional de ingresos medios y con niveles de escolaridad de nivel medio superior y superior.

En cuanto a la percepción de seguridad que tienen los turistas nacionales, el trabajo de campo pone en evidencia que Mazatlán tiene una confianza simbólica en percepción de seguridad, aun cuando la encuesta se levantó en un contexto regional de violencia. Sin embargo, pudiera en un futuro próximo abrirse una brecha entre la percepción y la realidad en cuestión de imagen de seguridad y poner en riesgo la sustentabilidad de la demanda.

En términos territoriales, la demanda turística nacional permite afirmar que Mazatlán, en la actualidad es un destino con cercanía geográfica, accesibilidad, e infraestructura óptima para un mercado de origen regional, pero con una integración más allá de las fronteras estatales inmediatas.

Los hallazgos muestran que las motivaciones para los turistas que visitan Mazatlán en Carnaval y Semana Santa, son tanto intrínsecas como extrínsecas, lo que permite comprender el fenómeno turístico, particularmente en un destino de sol y playa, como un proceso complejo y multicausal.

Esta investigación muestra también la importancia de analizar comparativamente distintos periodos en un destino turístico, tomando en consideración patrones de consumo, motivaciones, perfiles socioeconómicos y demográficos, pues la información generada permite el diseño de políticas públicas orientadas a la planeación estratégica y gestión diferenciada en los destinos turísticos.

5.1 Limitantes y futuras investigaciones

El presente artículo tiene diversas limitantes que se deben aclarar para contextualizar debidamente los resultados presentados. En términos metodológicos, la técnica de muestreo no probabilístico por conveniencia que se utilizó para la encuesta no permite generalizar los resultados al universo de población considerado, sino que los resultados se limitan solamente a los sujetos encuestados.

En segundo lugar, con el objetivo de mantener una coherencia y delimitación metodológica, el estudio se centró únicamente en el mercado turístico nacional, dejando de lado a los turistas internacionales. Si bien esta delimitación permitió hacer un análisis más profundo de las particularidades del turismo doméstico, también impide hacer un estudio comparativo entre ambos grupos. El análisis con un enfoque comparativo entre ambos segmentos queda pendiente para una futura investigación.

También se debe señalar que la investigación se realizó exclusivamente en dos periodos particulares del calendario turístico (Carnaval y Semana Santa), por lo que los hallazgos sobre el origen de la demanda, las motivaciones y perfiles, se limitan a estos dos periodos vacacionales caracterizados por alta afluencia de visitantes y

comportamientos propios de temporadas festivas. La ausencia de un análisis en otros momentos del año con alta demanda turística, como verano e invierno, redujo la posibilidad de captar variaciones en todas las variables analizadas. En consecuencia, no se pueden generalizar los resultados a totalidad del ciclo anual.

Por otra parte, la variable relativa a la percepción de seguridad por parte de los turistas nacionales merece un análisis más profundo y exclusivo en una futura investigación. Si bien este artículo presenta una descripción actual, ésta es muy general y no se exploraron indicadores que influyen en tales percepciones, tales como el impacto de los medios de comunicación, la presencia policial, o experiencias turísticas previas. En futuras investigaciones se recomienda hacer análisis con enfoques mixtos y longitudinales, que permitan comprender cómo se configuran estas percepciones a lo largo del tiempo, y cómo influyen en las motivaciones intrínsecas de los turistas de distintas nacionalidades.

Referencias

- Administración Portuaria Integral (API). (2020). *Administración Portuaria Integral de Mazatlán, S. D. Cuenta Pública 2020*. <https://www.cuentapublica.hacienda.gob.mx/work/models/CP/2020/tomo/VII/Print.J2T.01.INTRO.pdf>
- Baloglu, S. y Uysal, M. (1996). Market segments of push and pull motivations: A canonical correlation approach. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 8(3), 13-23. <https://doi.org/10.1108/09596119610115989>
- Bhattacharjee, A. (2012). *Social Science Research. Principles, methods and practices*. University of South Florida .
- Camhaji, E. (2024, 13 de septiembre) La vida se detiene en Sinaloa en plena guerra entre El Mayo y Los Chapitos. *El País*. <https://elpais.com/mexico/2024-09-14/la-vida-se-detiene-en-sinaloa-en-plena-guerra-entre-el-mayo-y-los-chapitos.html>
- Cenobio, R. (2017). *Entre la resistencia, la festividad y el negocio: el Carnaval de Mazatlán, 1888-1902. Nuevas miradas historiográficas sobre el porfiriato en Sinaloa*. https://www.academia.edu/103731217/El_Porfiriato_en_Sinaloa_17x
- Crompton, J. (1979). Motivations for pleasure vacation. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 408–424. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(79\)90004-5](https://doi.org/10.1016/0160-7383(79)90004-5)
- Dann, G. (1981). Tourist motivation: an appraisal. *Annals of Tourism Research*, 8(2), 187–219. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(81\)90082-7](https://doi.org/10.1016/0160-7383(81)90082-7)
- Dodds, R., y Butler, R. (2019). *Overbooked: The exploding business of travel and tourism*. University of California Press.
- Gnoth, J. (1999). The structure of destination paradigm: a semantic approach. *Tourism Analysis*, 4(3-4), 167-176.
- Instituto Nacional Electoral (INEGI). (2020). Censo de Población y Vivienda 2020. *Información Demográfica y Social*. <https://www.inegi.org.mx/programas/ccpv/2020/>
- Instituto Nacional Electoral (INEGI). (2024a). Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares (ENIGH). *Información Demográfica y Social*. <https://www.inegi.org.mx/programas/enigh/nc/2024/>

- Instituto Nacional Electoral (INEGI). (2024b). Encuesta Nacional de Ocupación y Empleo (ENOE). *Información Demográfica y Social*. <https://www.inegi.org.mx/programas/enoe/15ymas/>
- Instituto Nacional Electoral (INEGI). (2024C). *Encuesta Nacional de Victimización y Percepción sobre Seguridad Pública (ENVIPE)*. *Información de Gobierno, Seguridad Pública e Impartición de Justicia*. <https://www.inegi.org.mx/programas/envipe/2024/>
- Kiralova, A. y Pavlicecka, A. (2015). Development of social media strategies in tourism destination. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 175, 358-366. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.01.1211>
- Lizárraga, O. (2014). Flujo y perfil del mercado turístico nacional en Mazatlán, Sinaloa durante el periodo 2012-2013. *ABET, Juiz De FORA*, 4(1), 53-60. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5599519.pdf>
- Lizárraga, O. (2022). La inmigración "azucarada". Parejas binacionales heterógamas en el mercado matrimonial de Mazatlán, Sinaloa, México. *Huellas de la migración*, 6(12). <https://doi.org/10.36677/hmigracion.v6i12.16386>
- Monjardín, A. (2025a, 6 de enero). En 2024 aumentaron 79% los homicidios en Sinaloa. *Riodoce*. <https://riodoce.mx/2025/01/06/en-2024-aumentaron-79-los-homicidios-en-sinaloa/>
- Monjardín, A. (2025b, 7 de abril). Más de 800 familias desplazadas por la violencia en Sinaloa. *Riodoce*. <https://riodoce.mx/2025/04/07/mas-de-800-familias-desplazadas-por-la-violencia-en-sinaloa/>
- Núñez, A., Prado, A. y Hernández, M. (2025). El capital social y ecosistema turístico creativo en Mazatlán. *Anuario Turismo y Sociedad*, 36, 129-153 <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=10007084>
- Olmos, E., Ibáñez, R. y Almendarez, M. (2024). Perfil y satisfacción del turista en el destino de sol y playa de Mazatlán, Sinaloa. *Gran Tour, Revista de Investigaciones Turísticas*, (30). <https://eutm.es/grantour/index.php/grantour/article/view/381>
- Pearce, P. (1988). *The Ulysses factor: evaluating visitors in tourist settings*. Springer-Verlag.
- Pearce, P. (2005). *Tourist behaviour: themes and conceptual schemes*. Channel View Publications.
- Pizam, A. (2002). The social impact of tourism. *International Journal of Hospitality Management*, 21(1), 9–21. [https://doi.org/10.1016/S0278-4319\(01\)00031-6](https://doi.org/10.1016/S0278-4319(01)00031-6)

- Pine, B., y Gilmore, J. (1999). *The experience economy: Work is theatre & every business a stage*. Harvard Business School Press.
- Quintero, H. (2025, 26 de julio). Se recrudece violencia contra menores en Sinaloa: asesinaron a 31 en 2024 y van 34 en la mitad de 2025. *Noroeste*. <https://www.noroeste.com.mx/culiacan/se-recrudece-violencia-contra-menores-en-sinaloa-asesinaron-a-31-en-2024-y-van-34-a-la-mitad-de-2025-BL14796513>
- Ragin, C. (2007). *La construcción de la investigación social: introducción a los métodos y su diversidad*. Siglo del Hombre editores
- Roa, W. y Ávila, X. (2024). Semana Santa en Sabanalarga, Atlántico: poder político, vivencias y patrimonialización. *Jangwa Pana*, 23(2), 1-15. <https://doi.org/10.21676/16574923.5238>.
- Ryan, R. y Deci, E. (2000). Intrinsic and Extrinsic Motivations: Classic Definitions and New Directions. *Contemporary Educational Psychology*, 25(1), 54-67. <https://doi.org/10.1006/ceps.1999.1020>
- Sánchez, V., Ultreras, A., Félix, B.E. y Sánchez, L. (2023). Análisis de factores que configuran la imagen turística del destino de sol y playa: Mazatlán. *Revista Latinoamericana de Ciencias Sociales*, 1(2), 70 – 93. <https://doi.org/10.5281/zenodo.11132971>
- Secretaría de Turismo (SECTUR). (2025). *Número total de visitantes durante Carnaval y Semana Santa en los años 2024 y 2025*. Plataforma Nacional de Transparencia, folio 251160100004125.
- Secretaría de Marina y Recursos Naturales (SEMARNAT). (2025). *Diagnóstico Semarnat. Mazatlán Sinaloa*. <https://apps1.semarnat.gob.mx:8443/dgeia/gob-mx/playas/destinos/mazatlan.html>
- Sinconi, C. (2020). *Caracterización del turista y segmentación del mercado turístico: Estudio de caso Las Grutas, provincia de Río Negro* [Tesis de pregrado, Universidad Nacional del Sur]. Repositorio UNS. <https://repositoriodigital.uns.edu.ar/handle/123456789/5697>
- Talwar, S., Kaur, P., Kumar, S., Hossain, M. y Dhir, A. (2021). What determines a positive attitude towards natural food products? An expectancy theory approach. *Journal of Cleaner Production*, 327. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.129204>

- Yang, X; Mohammad, J. Quoquab, F. (2024). Un estudio sobre la distancia cultural, el eWOM y el riesgo percibido en la configuración de la imagen del destino y el plan de viaje futuro de los estudiantes de educación superior. *Journal of Tourism Futures*, 10(2), 165-184. <https://doi.org/10.1108/JTF-03-2023-0080>
- Yoon, Y. y Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: A structural model. *Tourism Management*, 26(1), 45–56. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2003.08.016>
- Zeng, L., Li, R. y Huang, X. (2021). Sustainable mountain-based health and wellness tourist destinations: The interrelationships between tourists' satisfaction, behavioral intentions, and competitiveness. *Sustainability*, 13(23), 13314. <https://doi.org/10.3390/su132313314>
- Zenker, S. y Kock, F. (2020). The coronavirus pandemic – A critical discussion of a tourism research agenda. *Tourism Management*, 81, 104164. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104164>