

14. Factores que inciden en la estructuración de oferta turística sustentable en zonas rurales de Tabasco



FÁTIMA GUADALUPE MÉNDEZ JIMÉNEZ*

ANDRÉS GUZMÁN SALA**

DOI: <https://doi.org/10.52501/cc.426.14>

Resumen

El objetivo de esta investigación es identificar los factores que inciden en la estructuración de la oferta turística sustentable en las zonas rurales de Tabasco, con la finalidad de diseñar un modelo que facilite su integración, consolidación y comercialización. Para ello se adoptó un enfoque metodológico cualitativo, que incluyó análisis documental. El análisis se centró en cinco dimensiones: ambiental, sociocultural, económica, de infraestructura y de gobernanza. Los resultados evidencian que, aunque Tabasco cuenta con un notable potencial natural y cultural, persisten limitaciones relacionadas con la falta de infraestructura, la escasa capacitación de actores locales, la débil organización comunitaria y la baja promoción de los atractivos rurales. No obstante, se identificaron oportunidades para diversificar la economía local, fomentar la conservación de recursos y fortalecer la identidad cultural a través del turismo rural sustentable. La propuesta de modelo integra factores críticos y estrategias clave como la creación de productos turísticos integrados, la capacitación de guías y microempresarios locales, el *marketing* rural con identidad cultural y la implementación de certificaciones de turismo sustentable. Dicho modelo busca consolidar las zonas rurales de Tabasco como destinos responsables y competitivos, capaces de generar

* Estudiante de la licenciatura en Contaduría Pública en la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, México. ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-3462-0661>

** Doctor en Ciencias Económicas. Profesor investigador de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, México. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8095-5514>

beneficios económicos, sociales y ambientales. En conclusión, la estructuración planificada de la oferta turística sustentable en comunidades rurales representa una oportunidad estratégica para posicionar a Tabasco en el ámbito del turismo de naturaleza y cultura. Sin embargo, su éxito dependerá de la coordinación interinstitucional, la innovación en productos turísticos y el fortalecimiento de la gobernanza comunitaria.

Palabras clave: *turismo sustentable, comunidades rurales, estructura de la oferta.*

Introducción

Antecedentes

Tabasco, ubicado en el sureste de México, es un estado privilegiado por su abundancia de recursos naturales, ríos, humedales, lagunas y una vasta biodiversidad. A pesar de su riqueza natural y cultural, el desarrollo turístico en Tabasco ha sido históricamente limitado en comparación con otros destinos del país, como la Riviera Maya o Chiapas (García, 2025). Esto no impidió que las acciones de promoción hacia el turismo en Tabasco se comenzaron a impulsarse a nivel institucional a mediados del siglo xx, principalmente con un enfoque en la capital, Villahermosa, como puerta de entrada a la región del Mundo Maya. Durante décadas, la promoción se centró en sitios como el parque-museo La Venta, con su colección de cabezas colosales olmecas y zonas arqueológicas como Comalcalco.

La integración de estas comunidades a la actividad turística se ha convertido en una estrategia clave para impulsar el desarrollo local, fomentar la conservación de los recursos y promover nuevas formas de turismo más responsables y sustentables; así, a finales del siglo xx y principios del xxi, se empezó a reconocer el potencial de las zonas rurales para diversificar la oferta turística del estado. Comunidades rurales con paisajes naturales, como las áreas pantanosas de los pantanos de Centla, los ríos Usumacinta y Grijalva, y comunidades indígenas yokot'an, chontales y zoques, ofrecen atractivos culturales, gastronómicos y ecoturísticos únicos (Pérez y García, 2024).

Según (Boullón, 2006)

El turismo se entiende como los viajes efectuados durante el tiempo libre, los cuales originan impactos de carácter social, económico, político, cultural y legal. Este fenómeno integra diversas actividades, bienes y servicios que son diseñados, gestionados, operados y puestos a disposición de la sociedad.

Vogeler (2018) menciona que el turismo se concibe como una ciencia social de carácter interdisciplinario, que estudia, de manera integral y sistemática, la actividad humana relacionada con viajar. Su análisis abarca las causas y consecuencias de esta práctica, así como a los actores que participan en ella con el fin de organizarla, promoverla y desarrollarla.

Planteamiento del problema

Tabasco, a pesar de contar con una gran riqueza natural, biodiversidad y patrimonio cultural, no ha logrado consolidarse como un destino turístico competitivo a nivel nacional e internacional. En particular, las zonas rurales del estado presentan un alto potencial para el desarrollo de una oferta turística sustentable que contribuya a diversificar la economía local, preservar los recursos naturales y mejorar la calidad de vida de las comunidades (Vidal, 2021). Sin embargo, la estructuración de dicha oferta enfrenta múltiples desafíos relacionados con factores sociales, económicos, ambientales, organizativos y de gobernanza. Entre estos factores destacan la falta de infraestructura adecuada, la limitada capacitación de los actores locales, la escasa promoción de los atractivos rurales, la débil coordinación entre comunidades, gobierno y sector privado, así como la ausencia de modelos de gestión sustentable que articulen los recursos naturales y culturales con prácticas responsables y competitivas.

Ante esta situación, persiste una brecha significativa entre el potencial turístico de las zonas rurales de Tabasco y su aprovechamiento real. Esto se traduce en oportunidades desaprovechadas para generar ingresos alternativos, conservar el entorno natural y fortalecer la identidad cultural. Por ello, es necesario identificar y analizar los factores que inciden de manera

directa e indirecta en la estructuración de la oferta turística sustentable, con el fin de proponer estrategias que permitan optimizar los recursos disponibles y superar las barreras existentes.

Justificación

¿Por qué es importante estructurar la oferta turística sustentable en las zonas rurales?

La implementación de una oferta turística sustentable en zonas rurales de Tabasco se presenta como una estrategia clave para diversificar la economía local, mejorar las condiciones de vida y fortalecer la identidad cultural de las comunidades. Por ejemplo, la creación de un museo comunitario en Tucta, Nacajuca, busca preservar saberes tradicionales, conservar el patrimonio cultural y reforzar los lazos con el turismo local, lo que impacta positivamente en la calidad de vida de los habitantes (Lizama et al., 2022). Asimismo, la estrategia de pueblos mágicos en Tabasco promueve un modelo de gestión turística que integra recursos naturales y culturales con criterios de sostenibilidad e identidad, con miras a consolidar localidades incluyentes y atractivas para el turismo (Gobierno del Estado de Tabasco, 2023). Ante una creciente demanda por experiencias auténticas y responsables, Tabasco tiene la oportunidad de consolidarse como un destino de naturaleza y cultura. El desarrollo planificado y sostenible de esta oferta, que incluye rutas en ecoturismo, turismo rural, gastronomía, artesanía y productos agroecológicos puede generar empleo digno (casi uno de cada cuatro empleos formales en el estado), fomentar el emprendimiento local y fortalecer circuitos productivos complementarios (Secretaría de Turismo del Estado de Tabasco, 2023).

En definitiva, este enfoque busca contribuir a los objetivos de desarrollo sostenible (ODS), especialmente en lo referente a la reducción de desigualdades, la producción y consumo responsables, y la acción por el clima.

Objetivo

Identificar los factores que inciden en la estructuración de la oferta turística sustentable en las zonas rurales de Tabasco, con la finalidad de diseñar un modelo que facilite su integración, consolidación y comercialización.

- Identificar los principales recursos turísticos naturales y culturales de las comunidades rurales seleccionadas.
- Analizar las capacidades locales, necesidades de infraestructura y formación para la operación de proyectos turísticos sustentables.
- Diseñar estrategias de organización comunitaria, promoción y comercialización de productos turísticos auténticos y responsables.
- Plantear lineamientos para garantizar la sostenibilidad ambiental, social y económica de las iniciativas turísticas.

Hipótesis

La estructuración de la oferta turística sustentable en zonas rurales de Tabasco depende de factores como la organización comunitaria, el aprovechamiento de recursos locales, la capacitación, la infraestructura básica y la vinculación con el mercado.

La estructuración planificada de la oferta turística sustentable en comunidades rurales de Tabasco permite impulsar la actividad turística, como motor de desarrollo económico y social, fomentando la participación comunitaria y la protección del patrimonio natural y cultural.

La adecuada gestión de los factores que influyen en la estructuración de la oferta turística sustentable permitirá fortalecer la economía local y conservar los recursos de las zonas rurales de Tabasco.

Preguntas de investigación

“¿Qué factores determinan la adecuada estructuración de la oferta turística sustentable en zonas rurales de Tabasco?”

¿Qué factores sociales, económicos y ambientales condicionan el desarrollo de la oferta turística sustentable en las zonas rurales de Tabasco?

Metodología

Enfoque cualitativo-cuantitativo. Análisis documental, entrevistas a actores locales (guías, productores, autoridades), encuestas a visitantes, talleres participativos con comunidades.

Enfoque de la investigación

La investigación tendrá un enfoque cualitativo-cuantitativo (mixto). El componente cualitativo permitirá comprender a profundidad la percepción, necesidades y capacidades de las comunidades rurales, mientras que el componente cuantitativo servirá para medir variables clave como ingresos, número de visitantes, generación de empleos y conservación de recursos.

Tipo de investigación

Se realizará una investigación descriptiva y exploratoria, ya que busca caracterizar la situación actual de la oferta turística en zonas rurales de Tabasco, identificar potencialidades y limitantes, y proponer un modelo de estructuración viable y sustentable.

Análisis de la información

- Cualitativa: Se realizará mediante análisis de contenido, identificando categorías, patrones y relaciones entre actores, recursos y prácticas turísticas.
- Cuantitativa: Los datos numéricos se procesarán mediante estadísticas descriptivas (frecuencias, porcentajes, promedios) para mostrar variables como flujo turístico, ingresos generados, empleo, entre otros.

Propuesta final

Con base en los hallazgos, se elaborará una propuesta de modelo de estructuración de la oferta turística sustentable, incluyendo:

- Identificación de productos turísticos viables.
- Estrategias de organización comunitaria.
- Acciones de conservación y manejo responsable de recursos.
- Lineamientos para promoción y comercialización.

Marco contextual

Descripción de las zonas rurales seleccionadas: ubicación, población, características naturales y culturales, nivel de desarrollo turístico actual.

Marco teórico

Antecedentes históricos

El turismo consiste en viajar durante el tiempo libre con fines de descanso, salud o recreación. Surgió en Europa occidental a finales del siglo XVIII, ligado al desarrollo del capitalismo industrial y, poco a poco, se difundió por el mundo. En un inicio fue una actividad reservada para la aristocracia,

luego adoptada por la burguesía y, finalmente, alcanzó a las masas en el siglo xx. Su consolidación se debió a factores como la migración rural hacia las ciudades impulsada por la industrialización, los avances en transporte y comunicación, el incremento de trabajadores en fábricas, servicios y sector público, así como la ampliación de derechos laborales y el establecimiento de las vacaciones. Además, influyó la creación de valores y representaciones sociales en torno al uso del tiempo libre, junto con la creciente aspiración de gran parte de la población de viajar para “romper con la rutina” de la vida urbana (Pérez, 2021).

Teorías y modelos sobre la estructuración de la oferta

La estructuración de la oferta turística puede entenderse a partir de diferentes enfoques. Giddens (1984) propone la teoría de la estructuración, que plantea que las prácticas sociales (como la organización turística) se producen y reproducen mediante la interacción de actores y estructuras pre-existentes. Esta teoría es relevante para analizar cómo la comunidad, las instituciones y los recursos se articulan para configurar una oferta turística sustentable. Por su parte, autores como Buhalis (2000) destacan el modelo de sistema de destino turístico, que considera la interacción entre atractivos, servicios, infraestructura, accesibilidad, imagen y precios como elementos clave de la oferta turística.

También se retoma la perspectiva de la teoría del desarrollo sustentable (WCED, 1987), que señala la necesidad de satisfacer las necesidades actuales sin comprometer las de futuras generaciones, integrando las dimensiones económica, social y ambiental.

La estructuración de la oferta y sus dimensiones o variables

Según Vera y López (1997), la oferta turística se compone de recursos y atractivos, infraestructura, equipamiento, servicios y actividades recreativas. Su estructuración implica la organización y articulación de estos elementos para generar productos turísticos viables y sostenibles, así como en el caso

del turismo rural sustentable. Lane (1994) identifica variables clave como la participación comunitaria, la conservación de recursos, la autenticidad cultural y la generación de ingresos locales. Otros estudios (Cascante, 2010) subrayan la importancia de factores como la gobernanza local, la capacitación de actores y la conectividad física y digital.

Estos componentes se agrupan comúnmente en dimensiones:

- **Dimensión ambiental:** conservación de la biodiversidad y manejo responsable de recursos son fundamentales para el desarrollo sostenible del turismo. Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), el turismo sostenible debe “garantizar la conservación y el manejo responsable de los recursos naturales y culturales” (OMT, 2019, p. 12). La conservación de la biodiversidad es esencial para mantener la integridad de los ecosistemas y garantizar la supervivencia de las especies (IUCN, 2020). El manejo responsable de recursos implica la implementación de prácticas sostenibles que minimicen el impacto ambiental del turismo (Gössling, 2002).
- **Dimensión sociocultural:** participación y empoderamiento comunitario son clave para el desarrollo sostenible del turismo. Según la OMT, “el turismo sostenible debe ser desarrollado y gestionado de manera que sea beneficioso para las comunidades locales” (OMT, 2019, p. 15). La participación comunitaria implica la involucración activa de las comunidades locales en la planificación y gestión del turismo (Tosun, 2000). El empoderamiento comunitario se refiere a la capacidad de las comunidades para tomar decisiones y controlar su propio desarrollo (Scheyvens, 1999).
- **Dimensión económica:** generación de ingresos y diversificación productiva son fundamentales para el desarrollo económico sostenible del turismo. Según la OMT, “el turismo puede ser un motor importante para el crecimiento económico y el desarrollo” (OMT, 2019, p. 20). La generación de ingresos a través del turismo puede ayudar a reducir la pobreza y mejorar la calidad de vida de las comunidades locales (Ashley et al., 2001). La diversificación productiva implica la creación de oportunidades económicas diversificadas que no dependen exclusivamente del turismo (Mitchell y Ashley, 2010).

- Dimensión de infraestructura y servicios: accesibilidad, alojamiento, señalización, calidad de la experiencia turística. Según la OMT, “la calidad de la infraestructura y los servicios turísticos es esencial para la satisfacción del turista” (OMT, 2019, p. 25). La accesibilidad se refiere a la facilidad de acceso a los destinos turísticos (Prideaux, 2000). El alojamiento y la señalización son aspectos importantes de la infraestructura turística que pueden influir en la calidad de la experiencia (Weiermair y Mathies, 2004).

Revisión contextual sobre la oferta y su estructuración

Diversos estudios regionales evidencian que en Tabasco, y estados vecinos como Chiapas o Campeche, el potencial para desarrollar turismo rural sustentable depende de la integración de actores locales, la innovación en productos turísticos y la conectividad (García, 2017).

El Programa Sectorial de Turismo de Tabasco (Secretaría de Turismo del Estado de Tabasco, 2019) reconoce la necesidad de diversificar la oferta mediante circuitos ecoturísticos, rutas gastronómicas y turismo comunitario, pero señala limitaciones como la baja organización comunitaria, la falta de promoción efectiva y la escasa infraestructura.

En términos de sostenibilidad, la estructuración de la oferta debe considerar políticas públicas claras, capacidades locales fortalecidas y modelos de gestión participativa (Vargas et al., 2011). Asimismo, es clave adaptar buenas prácticas de otras regiones, como los pueblos mágicos o iniciativas de turismo indígena, asegurando la conservación de los ecosistemas y la identidad cultural.

Resultados y discusión

Teorías y modelo

Figura 1. Esquema de la teoría de la estructuración de Anthony Giddens (1938)

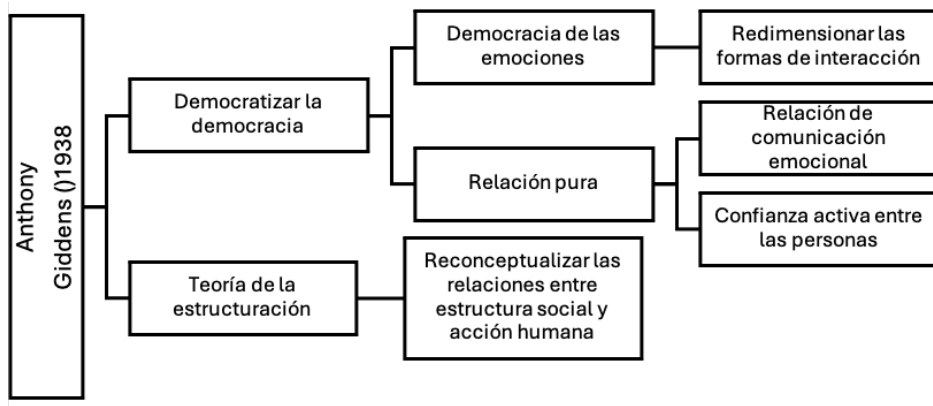
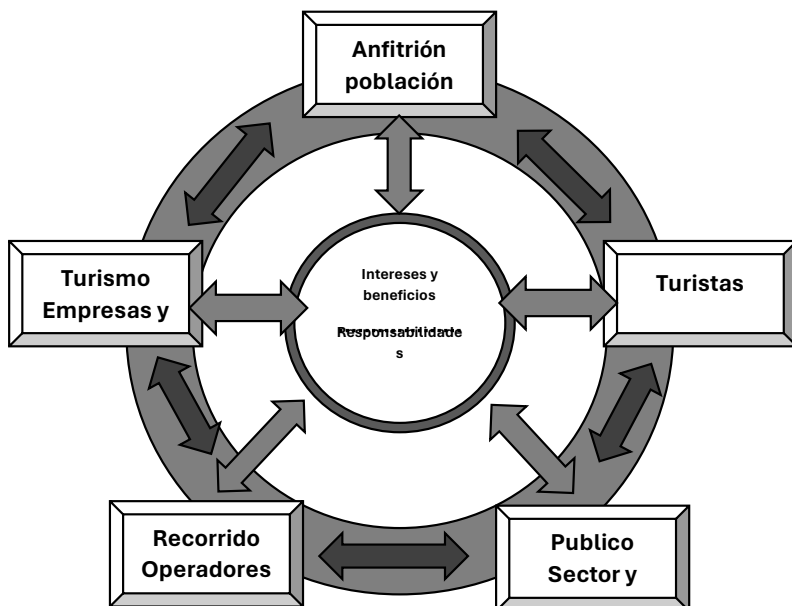


Figura 2. La rueda dinámica de los actores del turismo



Fuente: Adaptado de Buhalis y Fletcher, 1995.

Propuesta del modelo

Tabla 1. *Propuesta de modelo de la estructuración turística*

	Planteamiento principal	Factores en Tabasco	Coincidencias	Diferencias
Teoría de la estructuración (Giddens, 1984)	Las prácticas sociales se producen y reproducen a través de la interacción entre actores y estructuras.	Débil organización comunitaria, falta de coordinación entre comunidades, gobierno y sector privado.	La estructuración depende de la articulación entre actores sociales e instituciones.	Las estructuras organizativas son frágiles y dependen en exceso de la acción gubernamental.
Modelo de Sistema de Destino Turístico (Buhalis, 2000)	La oferta turística se compone de atractivos, servicios, infraestructura, accesibilidad, imagen y precios.	Abundancia de recursos naturales y culturales; carencia de infraestructura adecuada, promoción deficiente y baja conectividad.	Relevancia de infraestructura, promoción e imagen para consolidar destinos.	En Tabasco la imagen turística no está consolidada y la accesibilidad es limitada.
Teoría del Desarrollo Sustentable (WCED, 1987)	Satisfacer las necesidades actuales sin comprometer las de futuras generaciones, integrando lo económico, social y ambiental.	Necesidad de conservación de recursos naturales, limitada diversificación productiva, falta de capacitación local.	La sustentabilidad es condición central para la viabilidad de la oferta.	En Tabasco se prioriza lo económico más que la integración equilibrada de las tres dimensiones.
Variables de la oferta turística (Vera y López, 1997; Lane, 1994)	La oferta se compone de recursos, infraestructura, servicios, actividades, autenticidad y conservación.	Recursos abundantes (gastronomía, artesanía, pueblos indígenas), pero falta de promoción, débil gobernanza y escasa capacitación.	Importancia de la autenticidad cultural, la participación comunitaria y la conservación.	En Tabasco la autenticidad cultural existe, pero no está plenamente articulada al mercado turístico.
Gobernanza y gestión Participativa (Cascante, 2010; Vargas Martínez et al., 2011)	El éxito del turismo sustentable depende de la cooperación entre actores, la capacitación y la conectividad.	Escasa coordinación institucional, débil gobernanza local y promoción poco integrada.	Necesidad de redes de colaboración entre comunidad, gobierno y sector privado.	En Tabasco las redes de cooperación son incipientes y no se consolidan en modelos de gestión sólidos.

Fuente: Adaptado de Giddens (1984), Buhalis (2000), WCED (1987), Lane (1994) y Cascante (2010).

Tabla 2. *Dimensión ambiental*

<i>Factor</i>	<i>Estrategia</i>	<i>Acciones</i>
Conservación de la biodiversidad	Certificaciones de turismo sustentable	Implementar sellos verdes y distintivos ambientales en centros ecoturísticos comunitarios.
Manejo responsable de recursos	Creación de productos turísticos integrados	Diseñar rutas ecoturísticas que incluyan senderismo, observación de aves y paseos fluviales con guías locales.
Adaptación al cambio climático	Planes de capacitación	Talleres comunitarios en gestión de riesgos, manejo de residuos y prácticas agroecológicas.

Nota: Muestra cuáles son los factores que impactan en la dimensión ambiental.

Fuente: Adaptado de Gössling (2002), por Fátima Méndez Jiménez.

Tabla 3. *Dimensión sociocultural*

<i>Factor</i>	<i>Estrategia</i>	<i>Acciones</i>
Participación comunitaria	Organización comunitaria y gobernanza	Creación de cooperativas turísticas locales que gestionen la oferta de manera participativa.
Autenticidad cultural	<i>Marketing</i> rural	Promoción de gastronomía yokot'an, chontal y zoque mediante ferias, festivales y talleres gastronómicos.
Conservación del patrimonio cultural	Creación de productos integrados	Desarrollo de museos comunitarios, rutas de artesanía y rescate de festividades tradicionales.

Nota: Muestra cuáles son los factores que impactan en la dimensión sociocultural.

Fuente: Adaptado de Scheyvens (1999), por Fátima Méndez Jiménez.

Tabla 4. *Dimensión económica*

<i>Factor</i>	<i>Estrategia</i>	<i>Acciones</i>
Diversificación productiva	Creación de productos turísticos integrados	Integrar actividades de turismo con producción agroecológica (cacao, miel, café, artesanías).
Generación de empleo local	Planes de capacitación	Formación de guías locales, promotores turísticos y microempresarios rurales.
Comercialización	<i>Marketing</i> rural	Uso de plataformas digitales, alianzas con agencias y promoción en ferias nacionales/ internacionales.

Nota: Muestra cuáles son los factores que impactan en la dimensión económica.

Fuente: Adaptado de Mitchell y Ashley (2010), por Fátima Méndez Jiménez.

Tabla 5. *Dimensión de infraestructura y servicios*

<i>Factor</i>	<i>Estrategia</i>	<i>Acciones</i>
Accesibilidad y conectividad	Inversión público-comunitaria	Mejoramiento de caminos rurales y señalización turística.
Calidad de servicios turísticos	Planes de capacitación	Capacitación en hospitalidad, idiomas básicos y seguridad turística.
Infraestructura básica	Certificaciones y normativas	Implementación de eco-albergues, baños secos, energía renovable y gestión de residuos.

Nota: Muestra cuáles son los factores que impactan en la dimensión de infraestructura y servicios.

Fuente: Adaptado de Weiermair y Mathies (2004), por Fátima Méndez Jiménez.

Tabla 6. *Dimensión organizativa y de gobernanza*

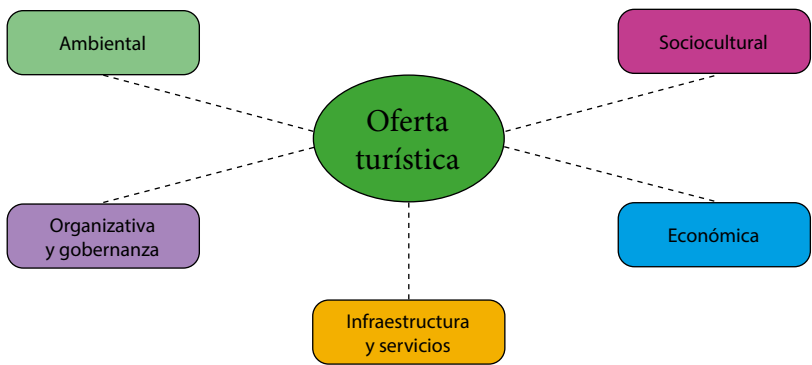
<i>Factor</i>	<i>Estrategia</i>	<i>Acciones</i>
Coordinación interinstitucional	Modelos de gestión participativa	Creación de consejos locales de turismo rural integrados por comunidad, gobierno y sector privado.
Políticas públicas de apoyo	Certificaciones de turismo sustentable	Vinculación con programas federales y estatales de financiamiento y certificación.
Innovación y competitividad	<i>Marketing</i> rural	Creación de marca turística regional “Tabasco Rural Sustentable” para posicionamiento en el mercado.

Nota: Muestra cuáles son los factores que impactan en la dimensión organizativa y de gobernanza.
Fuente: Adaptado de Scheyvens (1999), por Fátima Méndez Jiménez.

Síntesis del modelo

El modelo integra cinco dimensiones (ambiental, sociocultural, económica, de infraestructura y de gobernanza), cada una con factores críticos, estrategias clave (productos integrados, capacitación, *marketing* rural, certificaciones) y acciones prácticas. La finalidad es convertir las zonas rurales de Tabasco en destinos sustentables, generando beneficios económicos, sociales y ambientales.

Figura 3. *Modelo de estructuración de la oferta turística sustentable en zonas rurales de Tabasco. Muestra de manera sintetizada las 5 dimensiones importantes para el turismo*



Fuente: Adaptado de Gössling (2002), Scheyvens (1999), Mitchell y Ashley (2010), y Weiermair y Mathies (2004). Elaboración de Fátima Méndez Jiménez.

Conclusiones

El análisis comparativo entre las principales teorías y modelos de la oferta turística y los factores identificados en Tabasco muestra que existe una clara coincidencia en la importancia de la sustentabilidad, la autenticidad cultural, la infraestructura adecuada y la gobernanza participativa como ejes fundamentales para consolidar destinos turísticos rurales. Sin embargo, en el caso de Tabasco persisten limitaciones estructurales, como la falta de coordinación institucional, la débil organización comunitaria y la escasa promoción integrada, lo que impide que el potencial turístico se traduzca en una oferta sólida y competitiva. En este sentido, la aplicación de los modelos revisados permite no sólo diagnosticar las carencias actuales, sino también orientar estrategias de capacitación, innovación, certificación y *marketing* rural que contribuyan al fortalecimiento de una oferta turística sustentable y con mayor impacto en el desarrollo local. Esta visión encuentra eco en Tabasco, donde la riqueza natural y cultural es innegable, pero donde aún falta consolidar mecanismos que garanticen su aprovechamiento de manera responsable.

Por otro lado, los modelos revisados resaltan la necesidad de contar con productos turísticos integrados y diversificados, capaces de atraer a distintos segmentos de visitantes. En el caso de Tabasco, aunque existe un potencial significativo en turismo de naturaleza, comunitario y gastronómico, todavía no se ha logrado articular circuitos que fortalezcan la experiencia del visitante y al mismo tiempo potencien las economías locales. La carencia de infraestructura turística adecuada y la limitada capacitación de los prestadores de servicios siguen siendo obstáculos que frenan la competitividad de la región frente a otros destinos consolidados.

Asimismo, se observa que el *marketing* rural y la certificación en turismo sustentable representan herramientas clave para posicionar a Tabasco como un destino alternativo. No obstante, los esfuerzos de promoción se han centrado principalmente en Villahermosa y en productos tradicionales, lo que evidencia la falta de estrategias de difusión que valoricen las zonas rurales. Esto contrasta con los planteamientos de las teorías contemporáneas que sugieren el uso de narrativas auténticas, participación comunitaria

y distintivos de calidad como elementos diferenciadores en el mercado turístico actual.

En conclusión, la integración entre la teoría y la práctica revela que Tabasco cuenta con un potencial invaluable para el desarrollo de una oferta turística sustentable en sus zonas rurales, pero su aprovechamiento requiere una mayor coordinación interinstitucional, la implementación de planes de capacitación continua, la adopción de certificaciones de calidad y un impulso decidido al *marketing* turístico con identidad local. Sólo mediante estas acciones será posible transitar de un potencial latente a una oferta estructurada, competitiva y con capacidad de generar impactos positivos duraderos en la economía, la sociedad y el medio ambiente.

Referencias

- Ashley, C., Boyd, C. y Goodwin, H. (2001). Pro-poor tourism: Putting poverty at the heart of the tourism agenda. *Natural Resource Perspectives*, 51, 1-6.
- Boullón, R. (2006). *Planificación del espacio turístico*. <https://prepacihuatlan.sems.udg.mx/sites/default/files/planificaciondelespacioturisticorobertoc.boullon.pdf>
- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21(1), 97-116.
- Cascante, D. M. (2010). Comunidades en transformación, satisfacción comunitaria y calidad de vida: Una perspectiva de múltiples indicadores percibidos. *Social Indicators Research*.
- García, R. (2025). *Turismo y biodiversidad en Tabasco: Situación actual*. Secretaría de Desarrollo Económico de Tabasco.
- Giddens, A. (1984). *La constitución de la sociedad: Esquema de la teoría de la estructuración*. University of California Press.
- Gössling, S. (2002). Global environmental consequences of tourism. *Global Environmental Change*, 12(4), 283-302.
- International Union for Conservation of Nature (IUCN). (2020). *The IUCN red list of threatened species*.
- Lane, B. (1994). What is rural tourism? *Journal of Sustainable Tourism*.
- Lizama Pérez, F., Magaña Ocaña, D. L. y Vivas Lizama, C. G. (2022). *Propuesta de museo comunitario en Tucta, Nacajuca, como estrategia para el impulso del turismo en el estado de Tabasco, México*.
- Mitchell, J. y Ashley, C. (2010). *Tourism and poverty reduction: Pathways to prosperity*. Earthscan.
- Organización Mundial del Turismo (OMT). (2019). *Desarrollo sostenible del turismo*.
- Pérez Alfaro, M. (2021). *Apuntes sobre la historia del turismo*. Contemporánea.

- Pérez Sánchez, B. y García Muñoz Aparicio, C. (2024). La significación del Parque Museo "La Venta" como producto de turismo cultural en Tabasco. *Revista Internacional de Turismo, Empresa y Territorio*, 132-146.
- Prideaux, B. (2000). The role of the transport system in destination development. *Tourism Management*, 21(1), 53-63.
- Scheyvens, R. (1999). Ecotourism and the empowerment of local communities. *Tourism Management*, 20(2), 245-249.
- Secretaría de Turismo del Estado de Tabasco. (2019). *Programa sectorial de turismo de Tabasco*.
- . (2023, septiembre 27). *Tabasco, destino de naturaleza con cultura celebra el Día Mundial del Turismo: Turismo e inversiones verdes*.
- Tosun, C. (2000). Limits to community participation in the tourism development process in developing countries. *Tourism Management*, 21(6), 613-633.
- Vargas Martínez, E. E., Castillo Nechar, M. y Zizumbo Villarreal, L. (2011). Turismo y sustentabilidad: Una reflexión epistemológica.
- Vera Rebollo, J. F. y López Palomeque, F. (1997). *Análisis territorial del turismo*.
- Vidal, A. B. (2021). Development tourism in Tabasco as a promotion economic through natural potentialities and cultural. *Journal of Tourism and Heritage Research*, 4(4), 78-86.
- Vogeler Ruiz, C. (2018). *Introducción al turismo: Análisis y estructura*. Centro de Estudios Ramón Areces.
- Weiermair, K. y Mathies, C. (2004). Quality management in tourism: A review of the literature. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 5(2), 1-20.
- World Commission on Environment and Development (WCED). (1987). *Our common future*. Oxford University Press.

