



Cuadernos Gestión Turística del Patrimonio

Handbook of tourism management heritage

Journal homepage: <https://cuadernosgestionturisticadelpatrimonio.es>

ISSN: 2952-2390

Evaluación de la experiencia del cliente en un centro de interpretación y convivencia con la naturaleza

Claudia Gabriela Aguilar-Olivé¹

Amada Torres-González² *

Andrés Guzmán Sala³

PALABRAS CLAVE

Experiencia

Servicio

Área Natural Protegida

RESUMEN

Como consecuencia de la globalización, cada vez es más importante para las organizaciones, evaluar la experiencia de los clientes con relación a los productos o servicios proporcionados, es por ellos que el objetivo en esta investigación es determinar la experiencia del cliente en el servicio del centro de Interpretación y convivencia con la naturaleza YUMKA en Tabasco, México. Es un estudio con enfoque cuantitativo con alcance descriptivo, se aplicó una encuesta a 200 visitantes en el centro de Interpretación y convivencia con la naturaleza YUMKA, las variables de estudio fueron fiabilidad y tangibilidad adaptadas del modelo SERVQUAL con un total de 12 ítems, la variable fiabilidad se refiere a la calidad en la comunicación y la tangibilidad tiene como indicador: apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación, fue evaluada en una escala tipo Likert que va de 1 Muy malo, 2 Malo, 3 Regular, 4 Bueno y 5 Excelente, el análisis de los datos se realizó mediante el programa estadístico IBM SPSS v. 25. La experiencia del cliente en la variable de tangibilidad tuvo una media general de 3.7 alcanzando una media de 3.9 el servicio prestado en taquilla, estacionamiento y el servicio de atención dentro del parque, los juegos infantiles tuvieron una media de 3.7 y la limpieza en los sanitarios fue de 3.2, la variable fiabilidad presentó una media 3.3. El servicio de forma general es de regular a bueno, por lo que a partir de la evaluación se identificaron las áreas de oportunidad para mejorar el servicio.

¹ Tecnológico Nacional de México/ITS de la Región Sierra. Tabasco, México claudia.ao@regionsierra.tecnm.mx. <https://orcid.org/0000-0001-6682-4502>

² Tecnológico Nacional de México/ITS de la Región Sierra. Tabasco, México amada.tg@regionsierra.tecnm.mx. <https://orcid.org/0000-0003-4674-9175> 2. * Autor para la correspondencia

³ Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, México. guzman.sala.andres@gmail.com. <https://orcid.org/0000-0002-8095-5514>



1. Introducción

Por su gran diversidad, México es uno de los países más visitados a nivel mundial y uno de los 17 considerados megadiversos al albergar más del 10% de las especies del mundo en el territorio, lo que lo posiciona como predilecto para aquellos que son amantes de lo natural (Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas, 2019); en este sentido el turismo de naturaleza cobra más fuerza en el mundo, desplazando al turismo de masa o también llamado de sol y playa (García De Fuentes y Cervera Montejano., 2020; Narváz Estela, 2014); conviene subrayar que se define al turismo de naturaleza como aquel en el que la persona sale de viaje para actividades que estén directamente relacionadas con la naturaleza y que permitan conocer, cuidar, deleitarse en el cuidado del ambiente (Secretaria de Medio Ambiente y Recursos Naturales [SEMARNAT], 2024)

Las Áreas Naturales Protegidas, constituyen una alternativa para quienes deseen tener contacto con el ambiente, son sitios destinados a salvaguardar una gran parte de la biodiversidad biológica de México(Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas [CONANP], 2018), además contribuyen a mantener espacios adecuados para la conservación de especies terrestres y marinas del país, cabe hacer mención que entre los servicios que se presentan en un área natural protegida, está el de ser una fuente de derrama económica para la zona y para las entidades económicas que allí se encuentran como consecuencia de las visitas y las actividades de esparcimiento que se oferta en la ANP(CONANP, 2020), sumados al anterior se proporcionan además los siguientes servicios: provisión, regulación, soporte y cultura, mismos que son descritos por (CONANP, 2019). Se considera un área natural protegida, según la Ley General las que se muestran en la figura 1.

Figura 1. Tipos de Áreas Naturales Protegidas



Fuente: Elaboración propia con información (Ley General Del Equilibrio Ecológico y La Protección al Ambiente, 2016)

Con relación a la categoría: Parques y reservas estatales, cada estado que conforma la República Mexicana ha establecido zonas naturales protegidas, únicamente de carácter estatal, cuya regulación depende se la secretaría de ambiente o similar de cada entidad (Gobierno Campeche, 2012).

En el caso específico del estado de Tabasco, las áreas naturales protegidas son las que se mencionan en la tabla 1.

Tabla 1. Áreas Naturales Protegidas de Tabasco

Tipo	Nombre
Parques	Parque Estatal de Agua Blanca Parque Estatal de la Sierra de Tabasco Parque Estatal Laguna del Camarón Parque Estatal Laguna Mecoacán
Reservas	Reserva Ecológica YUMKA' Reserva Ecológica Laguna de las Ilusiones Reserva Ecológica de la Chontalpa Reserva Ecológica Laguna La Lima Reserva Ecológica Yu-Balcah Reserva Ecológica Cascadas de Reforma Reserva Ecológica Río Playa Reserva de la Biosfera Pantanos de Centla Reserva de la Biosfera Wanha'
Áreas destinadas voluntariamente	Área Destinada Voluntariamente a la Conservación "Guaritec" Área Destinada Voluntariamente a la Conservación "Tierra y Libertad" Área de Protección de Flora y Fauna Cañón del Usumacinta Área Destinada Voluntariamente a la Conservación "Los Mangos" Área Destinada Voluntariamente a la Conservación "Las Cruces"
Monumentos	Monumento Natural Gruta del Cerro Coconá

Elaboración propia con información de Sistema Estatal de Áreas Naturales Protegidas (Gobierno de Tabasco, 2023)

Fundamentación

Las investigaciones sobre la experiencia del cliente, es una preocupación constante en múltiples disciplinas, dado que la experiencia, constituye la percepción concebida por el cliente a partir de la relación de los pensamientos, sentimientos, estado físico y mental y su interacción con una empresa u organización (Schwarz Díaz, 2018), por su parte, para Barrios (2012) se trata de las ideas y sentimientos que se transmiten mediante los sentidos o la mente; el tema cobra cada vez más importancia, derivado de los cambios que se presentan a nivel mundial; en la actualidad, los productos tangibles e intangibles deben dar lugar a una nueva forma de producción en el que la base principal es, la generación de experiencias, como una nueva manera de manufactura económica y de generación de trabajos (Pine & Gilmore, 2013); para ello, se deben establecer vínculos con los clientes con el fin de obtener datos que permitan la toma decisiones para generar propuestas de valor (Andino, 2022).

El turismo, como actividad, también se enfrenta a la necesidad de mantenerse informado sobre el impacto que los recursos turísticos generan en la experiencia de los turistas, hoy en día, persiste la incertidumbre sobre las experiencias que el turista percibe, ya que tan solo hace unos años, esta información no era importante (Álvarez Cano & Quiceno Villanueva, 2018). En este

sentido, se deben establecer productos turísticos acordes a las necesidades de los visitantes en los que se consideren un producto integrado, definido como “la combinación de atractivos, instalaciones y servicios, facilidades y accesibilidad, imagen del destino ajustado a precio para el consumidor; se expresa como producto turístico integrado” (Font Aranda & Abreu García, 2021, p.70). Una vez que se han definido las actividades que el producto turístico ofrecerá, es necesario definir los mecanismos de evaluación de la experiencia del cliente para poder obtener datos para la toma de decisiones y a su vez se generen los planes de acción para una mejora continua, con ésta evaluación se pueden “innovar y proponer una mejora progresiva y consistente a los bienes y servicios, generando oportunidades únicas, seguras y estimulantes que favorezcan una experiencia memorable y significativa” (Subsecretaría de Turismo, 2017, p. 3), por ésta razón, el objetivo de la investigación es determinar la experiencia del cliente en el servicio del centro de Interpretación y convivencia con la naturaleza YUMKA en Tabasco, México, con el propósito de obtener información sobre la experiencia obtenida por parte de los visitantes con relación a los recursos turísticos ofertados.

2. Metodología

Área de estudio.

El Centro de Interpretación de la Naturaleza YUMKÁ, se encuentra ubicado en el estado de Tabasco; éste es una de las 32 entidades federativas que conforman la república mexicana, situado al sureste del país, colinda con los estados de Chiapas, Veracruz, Campeche y con el Golfo de México; cuanta con una superficie de 25 mil 470 km² y está conformado por 17 municipios, su capital es la ciudad de Villahermosa que se ubica dentro del municipio del Centro (Secretaría para el Desarrollo Económico y la Competitividad, 2023).

La entidad tabasqueña es considerada la “patria del cacao” y cuna de la cultura Olmeca, una de las más importantes del país, aunque también existen numerosos vestigios Mayas, aquí se encuentra ubicado el lugar dónde se dice que Hernán Cortez conoció a Malintzin (mejor conocida como la Malinche). En lo que se conocería después como el municipio de Centla, Hernán Cortez en 1519, dio principio a la invasión de Tabasco (Hernández Márquez, 2020), como consecuencia de ello, en el territorio tabasqueño, se celebró la primera misa en tierra continental (Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, 2024). Entre las principales características de la entidad se tienen las que a continuación se detallan:

...cuenta con 183.8 km de costa virgen en su mayoría, 53% de los humedales de agua dulce de la nación, el 50% de especies de aves del país, 23% de la biodiversidad nacional de vertebrados, 16% de la de reptiles, 17.5% de la de helechos y 14% de la biodiversidad de algas en el país. Se cuenta con 14 Áreas Naturales Protegidas, dos de competencia federal: los Pantanos de Centla, con categoría RAMSAR46 y 12 de competencia estatal, que en conjunto representan 13.1% de la superficie del estado... (Comité de Planeación para el desarrollo del estado de Tabasco [COPLADET], 2019)

La actividad económica más importante por muchos años ha sido el petróleo, lo que contribuyó al crecimiento de la actividad turística vinculada a los negocios, y a su vez el crecimiento y desarrollo de la actividad hotelera y restaurantera (Camacho Díaz, 2023); pero más allá de ello, el estado cuenta con una vasta diversidad de atractivos culturales, gastronómicos y naturales además de un cúmulo de costumbres y tradiciones que se han mantenido en un segundo plano (Alfaro de la Cruz & Guzmán-Sala, 2020).

La ciudad de Villahermosa capital del estado de Tabasco, cuenta con una ubicación privilegiada puesto que representa un paso obligado para quienes se desplazan del centro de la república hacia los estados del sureste como son Campeche, Yucatán y Quintana Roo. Es un lugar rodeado de ríos debido a que se asentó en las lomas que había entre los ríos Carrizal y Usumacinta por la constante invasión de piratas que llegaban al lugar, aproximadamente desde el siglo XVI (Gobierno de Tabasco, 2007). El clima que prevalece es cálido – húmedo con abundantes lluvias en los meses de septiembre y octubre que pueden llegar hasta los 300 mm y las mínimas de 50 mm en los meses más secos como abril y mayo. En cuanto al origen de su nombre, éste se ha modificado en diversas ocasiones como se explica a continuación:

La ciudad toma el nombre de Villahermosa, del título que el rey Felipe II le otorga cuando en 1598, la intitula: "Villa Hermosa" de San Juan Bautista y le concede el uso de un escudo real que aún identifica a Tabasco. Con el paso del tiempo, la ciudad cambio de nombre en varias ocasiones, hasta que en 1916 el entonces gobernador Francisco J. Mújica debido a la persecución religiosa, decreta eliminar el nombre de San Juan Bautista dejándole únicamente el nombre de Villahermosa el cual debe de escribirse junto y no separado (Dirección General Adjunta de Oceanografía, n.d. p.1).

Entre las tradiciones más importantes de la ciudad, se enlistan: La feria Tabasco, el Viacrucis Vivo en Tamulté, La exposición de altares de muerto para finales de octubre y los nacimientos en Navidad (Gobierno de Tabasco, 2024a). Con relación a la actividad turística, el estado de Tabasco cuenta con 7 rutas; una de ellas lleva por nombre el de la capital del estado, porque en ella convergen diversos productos turísticos ubicados en la zona como se puede apreciar en la tabla 2.

Tabla 2: Ruta Villahermosa

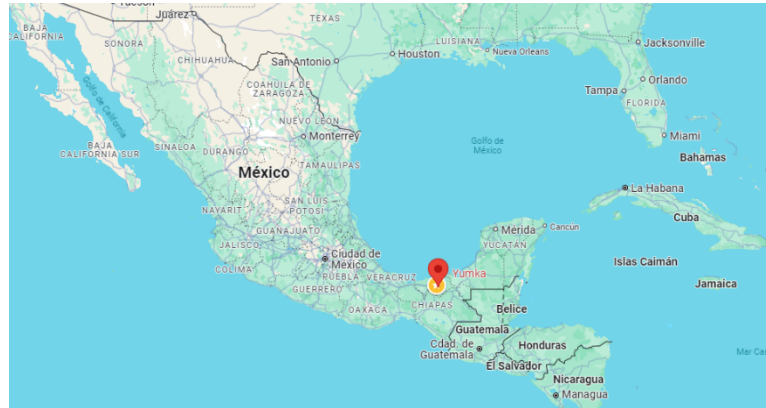
Tipo de Atractivo	Nombre
Lugares para Visitar	Palacio de Gobierno Iglesia de la Concepción Puente “Manuel Pérez Merino” Malecón del Río Grijalva Zona Luz Plaza de Armas
Galería de Arte y Teatro	El Jaguar Despertado Centro Cultural Villahermosa Casa Siempre Viva Mukul – Ja Teatro del Estado “Esperanza Iris”
Parques	“Tomas Garrido Canaval” “La Choca” “La Paz” “La Pólvora” A.N.P. Yumká Parque Tabasco

Elaboración propia con información de Gobierno de Tabasco, (2024b)

El estudio se llevó a cabo en el centro de interpretación y convivencia con la naturaleza YUMKA, palabra maya que quiere decir: duende que cuida de la selva y los animales; cuyo

nombre fue propuesto por un profesor investigador de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, de nombre: Mtro. Oscar Puig Sol (Vidal Fócil & Rueda Vázquez, 2022). Se encuentra ubicado en la ciudad de Villahermosa, capital del estado de Tabasco, México, (figura 2) sus coordenadas son 17°59'22"N 92°55'41"O y se encuentra abierto al público desde el 23 de mayo de 1993.

Figura 2. Ubicación geográfica del YUMKA



Elaboración propia con apoyo de Google maps.

En 1998 se publica el decreto en el que se establece que el Centro de Interpretación y convivencia con la naturaleza Yumká es un órgano desconcentrado de la Secretaría de Desarrollo Social y Protección Ambiental, del estado de Tabasco, destinado “para la protección y conservación de la flora y la fauna con que cuenta, así como la investigación e interpretación de los ecosistemas naturales que lo constituyen, más las que en el futuro se incorporen”(Congreso del Estado de Tabasco, 1998, P.1), cabe hacer mención que en años recientes se reforma el decreto antes mencionado para proponer que el parque se convierta en un organismo público descentralizado con personalidad jurídica y patrimonio propio, sectorizado a la Secretaría de Bienestar, Sustentabilidad y Cambio Climático y al que pueda llamarse indistintamente Yumká solamente (Periódico Oficial del Estado de Tabasco, 2022)

El giro principal pertenece al sector: Servicio de esparcimiento, culturales y deportivos y otros servicios recreativos, en el subsector: Museos, sitios históricos, zoológicos y similares; en la rama: museos, sitios históricos, zoológicos y similares, en la subrama: grutas, parques naturales y otros sitios del patrimonio cultural de la nación, en la clase: grutas, parques naturales y otros sitios del patrimonio cultural de la nación (Comisión Nacional de Mejora Regulatoria (CONAMER), 2024)

La presente investigación se desarrolló bajo el enfoque cuantitativo con alcance descriptivo, el muestro fue no probabilístico por conveniencia, debido a que los participantes se abordaron en el centro de interpretación de la naturaleza, por su fácil acceso y según su disponibilidad decidían participar. Se logró aplicar el instrumento a 200 personas.

Las variables de estudio fueron fiabilidad y tangibilidad adaptadas del modelo SERVQUAL con un total de 12 ítems, la variable fiabilidad se refiere a la calidad en la comunicación y la tangibilidad tiene como indicador: apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal y materiales de comunicación, fue evaluada en una escala tipo Likert que va de 1 Muy malo, 2 Malo, 3 Regular, 4 Bueno y 5 Excelente, el análisis de los datos se realizó mediante el programa estadístico IBM SPSS v. 25.

El objetivo en la presente investigación es determinar la experiencia del cliente en el servicio del centro de Interpretación y convivencia con la naturaleza YUMKA en Tabasco, México.

3. Resultados

Descripción de la muestra.

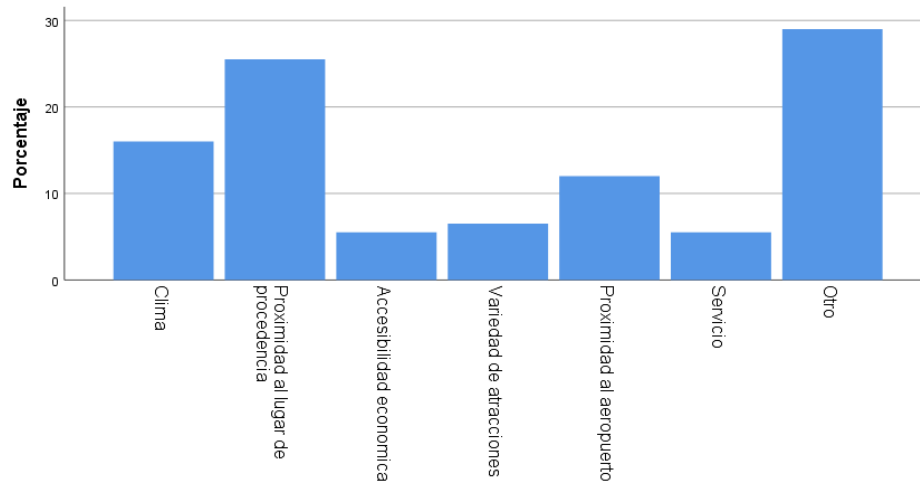
El 47 % de los participantes son del género femenino y el 53% pertenecen al género masculino, se realizaron cuatro grupos con las edades el primer grupo fue menos de 20 años con 20%, el segundo grupo fue de 21 a 30 años con un total de 32%, el tercer grupo fue de 31 a 40 años en donde el 28% de las personas participantes pertenecían a este grupo y finalmente con el 21% estuvo representado el grupo de 40 y más.

El 42% de los participantes son del estado de Tabasco, el 56% de otros estados de México y únicamente el 1% es extranjero.

Con respecto a la ocupación de los participantes, el 25% dijo ser empleado de gobierno, el 11 % autoempleado, el 24% empresario, el 28 % estudiantes y el 12% señaló estar desempleado. Se les preguntó con cuantos acompañantes asistían a lo que el 53% dijo que con menos de 5 personas y el 27 % señaló que fue en un grupo de entre 6 y 10 personas. El 75 % señaló que es la primera vez que visita el lugar.

En lo que respecta a las variables de estudio, en la fiabilidad se les preguntó a los participantes ¿Por qué eligieron el lugar para visitarlo? En la figura 1 se pueden apreciar los resultados, sobresaliendo la respuesta de proximidad al lugar de procedencia y otro.

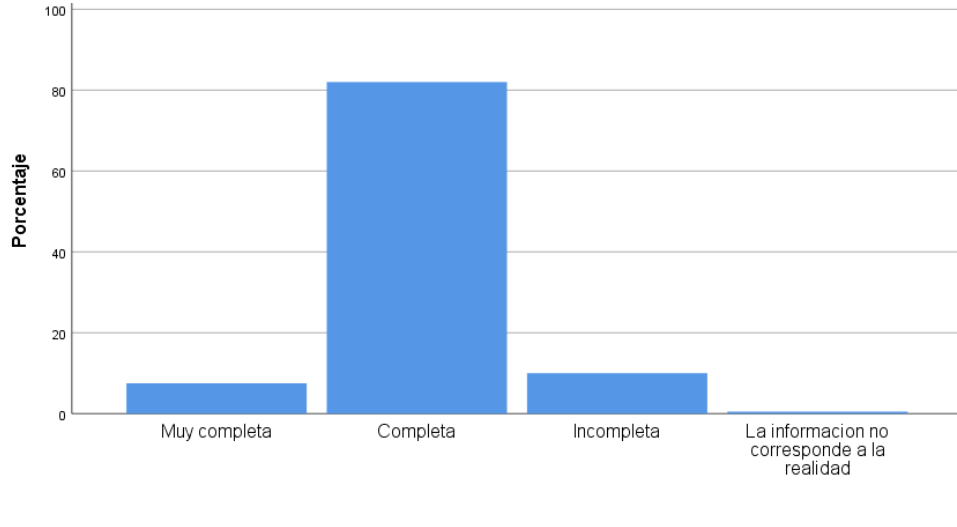
Figura 3 ¿Por qué eligió este lugar para visitarlo?



Elaboración propia

Así también se les preguntó como perciben la información que se proporciona en la página del Facebook del YUMKA, las respuestas se pueden observar en la figura 3.

Figura 4 La información que se brinda en la página de Facebook sobre los términos y condiciones del ingreso es:



Elaboración propia

En la tabla 3 se presenta la frecuencia de las respuestas de los participantes con respecto a la variable tangibilidad.

Tabla 3 Frecuencia de la variable tangibilidad.

Servicio y personal	Muy malo	Malo	Regular	Bueno	Excelente
El Servicio prestado en la taquilla	2 %	1%	23%	50%	24%
Servicio de estacionamiento.	2%	.5%	23.5%	51%	23%
Servicio de atención personal dentro del parque.	3%	2%	22%	50%	23%
Los juegos infantiles en el parque	7%	7%	17%	49%	20%
La limpieza de los sanitarios	14%	11%	26%	36%	13%

Elaboración propia

4. Discusión de resultados

La evidencia demuestra que quienes visitan el parque suelen ser las personas que habitan cerca del lugar, con relación a la variable tangibilidad que evalúa los diversos espacios del

servicio, la evidencia demuestra que aún existen áreas de oportunidad para la mejora de la experiencia en los visitantes, como asegura (Subsecretaría de Turismo, 2017), aún se pueden establecer planes de acción para definir estrategias que coadyuven a una mejor oferta turística.

5. Conclusiones

La presente investigación tuvo como objetivo determinar la experiencia del cliente en el servicio del centro de Interpretación y convivencia con la naturaleza YUMKA en Tabasco, México. Por lo que de acuerdo con la evidencia recolectada mediante las encuestas aplicadas se obtuvo que la experiencia es de buena a excelente, sin embargo, presenta áreas de oportunidad para mejorar. Los participantes mencionaron que el mejor servicio fue en la entrada, posteriormente en la zona de selva, luego la taquilla, la palapa de espera, el área recreativa y al final mencionaron las tiendas.

Así también las personas que participaron mencionaron que el lugar puede ser más atractivo si se agregaran actividades culturales (marimba en vivo, bailables folclóricos del estado de Tabasco, como el zapateado) y recreativas además de actividades en familias para niños, jóvenes y adultos.

Se recomienda que en el centro de interpretación y convivencia con la naturaleza YUMKA, use otras redes sociales, además del Facebook y que enriquezca con contenido interactivo.

Se sugiere como línea de investigación variables permitan ampliar los estudios de la percepción de los visitantes del centro de interpretación y convivencia con la naturaleza YUMKA.

Referencias

- Alfaro de la Cruz, M. N., & Guzmán-Sala, A. (2020). Análisis de las campañas de marketing para el desarrollo de Tabasco como destino turístico. *Journal of Tourism and Heritage Research*, 3, 1–17. <https://jthr.es/index.php/journal/article/view/156/274>
- Álvarez Cano, A. M., & Quiceno Villanueva, K. L. (2018). Caso de estudio: Medición de la experiencia del consumidor en parques temáticos. *Sinapsis*, 10(2), 64–73. <https://app.eam.edu.co/ojs/index.php/sinapis/article/view/199>
- Andino, G. M. (2022). Gestión de la experiencia del cliente y el efecto en retorno de la inversión en innovación. *Espacios*. <https://doi.org/10.48082/espacios-a22v43n11p04>
- Barrios, M. (2012). Marketing de la Experiencia: principales conceptos y características. *Palermo Business Review | N°*, 7.
- Camacho Díaz, L. S. (2023). Análisis de la estacionalidad turística en Tabasco. *Journal of Tourism and Heritage Research*, 6(2), 196–203. <https://www.jthr.es/index.php/journal/article/view/475>
- Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas. (2019, August 1). *Turismo y naturaleza en áreas naturales protegidas*. <https://www.gob.mx/conanp/prensa/turismo-y-naturaleza-en-areas-naturales-protegidas-211386>.

- Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas [CONANP]. (2018). *100 años de conservación en México: Áreas Naturales Protegidas de México* (semarnat-conanp).
- Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas [CONANP]. (2019). *Resiliencia Áreas Naturales Protegidas Soluciones naturales a retos globales*.
- Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas [CONANP]. (2020). *Programa Nacional de Áreas Naturales Protegidas 2020-2024*. <https://www.gob.mx/conanp/documentos/programa-nacional-de-areas-naturales-protegidas-2020-2024>
- Comisión Nacional de Mejora Regulatoria (CONAMER). (2024). *Catalogo Nacional. Decreto por el que se crea el Centro de Interpretación y Convivencia con la Naturaleza "YUMKA".*
<https://Catalogonacional.Gob.Mx/FichaRegulacion/141236.Html>.
- Comité de Planeación para el desarrollo del estado de Tabasco [COPLADET]. (2019). *Plan estatal de desarrollo (Tabasco) 2019-2024* (Vol. 53, Issue 9).
https://tabasco.gob.mx/sites/default/files/users/planeacion_spf/PLED 2019-2024.pdf
- Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. (2024). *Guías del patrimonio cultural y Turismo. Tabasco, Rutas Culturales*. https://Www.Cultura.Gob.Mx/Turismocultural/Guias/Guia8_2.Php.
- Dirección General Adjunta de Oceanografía, H. y M. (n.d.). *Datos generales del puerto. VILLA HERMOSA, TABASCO*. Retrieved October 26, 2024, from
<https://digaohm.semar.gob.mx/cuestionarios/cnarioVillahermosa.pdf>
- Font Aranda, M., & Abreu García, C. A. (2021). Del recurso atractivo a la experiencia turística. *TURYDES. Turismo y Desarrollo Local Sostenible*. <https://doi.org/10.51896/turydes/wkcz2156>
- García De Fuentes, A., Dolores, M., & Montejano, C. (2020). Turismo alternativo y localización territorial: el caso de la Península de Yucatán, México. *Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 18, 371–383. <https://doi.org/https://doi.org/10.25145/j.pasos.2020.18.026>
- Gobierno Campeche. (2012). *SISTEMA ESTATAL DE ÁREAS NATURALES PROTEGIDAS DEL ESTADO DE CAMPECHE*.
- Gobierno de Tabasco. (2007). *Capitulo 11. Ordenamiento Territorial*.
https://www.gob.mx/cms/uploads/attachment/file/105458/Cap11.2_ORD_TERR.pdf
- Gobierno de Tabasco. (2023, September 16). *ANP | Decretos y Programas de Manejo*.
<https://Tabasco.Gob.Mx/Decretos-y-Programas-de-Manejo-Anp>.
- Gobierno de Tabasco. (2024a). *Centro*. <https://Tabasco.Gob.Mx/Centro>.
- Gobierno de Tabasco. (2024b). *Ruta Villahermosa*. <https://Tabasco.Gob.Mx/Ruta-Villahermosa>.
- Hernández Márquez, B. (2020). Villahermosa, una ciudad-región de enclave en el sureste mexicano. In Universidad Nacional Autónoma de México y Asociación Mexicana de Ciencias para el Desarrollo Regional A.C (Ed.), *FACTORES CRÍTICOS Y ESTRATÉGICOS EN LA INTERACCIÓN TERRITORIAL DESAFÍOS ACTUALES Y ESCENARIOS FUTUROS* (Vol. 3). <https://ru.iiiec.unam.mx/5201/1/2-218-Hernandez.pdf>
- Ley General Del Equilibrio Ecológico y La Protección al Ambiente (2016).
<https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LGEEPA.pdf>
- Ley Que Crea El Centro de Interpretación y Convivencia Con La Naturaleza, 1 (1998).
<http://www.ordenjuridico.gob.mx/Estatal/TABASCO/Leyes/TABLEy56.pdf>

- Narváez Estela, L. (2014). El turismo alternativo: una opción para el desarrollo local. *RevIISE - Revista De Ciencias Sociales Y Humanas*, 6(6), 9–18. <https://ojs.unsj.edu.ar/index.php/reviise/article/view/53>
- Periódico Oficial del Estado de Tabasco. (2022). *Decreto 083*.
https://catalogonacional.gob.mx/sujetosobligados/FileUploads/Formato_202482113380893_R_20860.pdf
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (2013). The experience economy: Past, present and future. In *Handbook on the Experience Economy* (pp. 21–44). Edward Elgar Publishing Ltd.
<https://doi.org/10.4337/9781781004227.00007>
- Schwarz Díaz, M. (2018). *Reflexiones sobre la medición de la Experiencia del Cliente*.
https://repositorio.ulima.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12724/6076/Schwarz_%20experiencia_cliente.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales (SEMARNAT). (2024). *Turismo de naturaleza*.
https://Apps1.Semarnat.Gob.Mx:8443/Dgeia/Compendio_2020/Dgeiawf.Semarnat.Gob.Mx_8080/Apaproot/Dgeia_mce/Html/RECUADROS_INT_GLOS/D2_TURISMO/D2_TURISMO02/D2_R_TURISMO02_04.Htm.
- Secretaría para el Desarrollo Económico y la Competitividad. (2023). *Perfil del estado. Tabasco*.
[https://tabasco.gob.mx/sites/default/files/users/sdettabasco/Perfil%20del%20Estado%20\(1\).pdf](https://tabasco.gob.mx/sites/default/files/users/sdettabasco/Perfil%20del%20Estado%20(1).pdf)
- Subsecretaría de Turismo. (2017). *Guía de evaluación de la experiencia del visitante, metodología en Áreas Protegidas* (1st ed.). https://www.subturismo.gob.cl/wp-content/uploads/2017/05/GUIA_EXPERIENCIA_VISITANTE_WEB.pdf
- Vidal Fócil, A. B., & Rueda Vázquez, D. de A. (2022). Fomento del sector turístico en Tabasco: El caso de la reserva ecológica Yumká Villahermosa, México. *Journal of Tourism and Heritage Research*, 5(1), 123–135. <https://www.jthr.es/index.php/journal/article/view/334/576>