



**COLEGIO DE POSTGRADUADOS**  
**INSTITUCIÓN DE ENSEÑANZA E INVESTIGACIÓN EN CIENCIAS**  
**AGRÍCOLAS**

**CAMPUS CÓRDOBA**

**POSTGRADO EN PAISAJE Y TURISMO RURAL**

**TURISMO DE NATURALEZA EN LA REGIÓN DE LAS ALTAS**  
**MONTAÑAS DE VERACRUZ**

**ANDREA IVONNE CARRILLO VARGAS**

**T E S I N A**

**PRESENTADA COMO REQUISITO PARCIAL**  
**PARA OBTENER EL GRADO DE**

**MAESTRA EN PAISAJE Y TURISMO RURAL**

**AMATLÁN DE LOS REYES, VERACRUZ**

**2019**

## CARTA DE CONSENTIMIENTO DE USO DE LOS DERECHOS DE AUTOR Y DE LAS REGALÍAS COMERCIALES DE PRODUCTOS DE INVESTIGACIÓN

En adición al beneficio ético, moral y académico que he obtenido durante mis estudios en el Colegio de Postgraduados, la que suscribe **Andrea Ivonne Carrillo Vargas**, alumna de esta Institución, estoy de acuerdo en ser partícipe de las regalías económicas y/o académicas, de procedencia nacional e internacional, que se deriven del trabajo de investigación que realicé en esta institución, bajo la dirección de la profesora **Dra. Dora Angélica Avalos de la Cruz**, por lo que otorgo los derechos de autor de mi tesina **Turismo de naturaleza en la región de las Altas Montañas de Veracruz** y de los productos de dicha investigación al Colegio de Postgraduados. Las patentes y secretos industriales que se puedan derivar serán registrados a nombre del Colegio de Postgraduados y las regalías económicas que se deriven serán distribuidas entre la Institución, la Profesora Consejera o Directora de Tesis y la que suscribe, de acuerdo a las negociaciones entre las tres partes, por ello me comprometo a no realizar ninguna acción que dañe el proceso de explotación comercial de dichos productos a favor de esta Institución.

Amatlán de los Reyes, Veracruz a 7 de mayo de 2019.



Andrea Ivonne Carrillo Vargas  
Firma



Dra. Dora Angélica Ávalos de la Cruz  
Vo. Bo. Profesor Consejero


La presente tesina, titulada: **Turismo de naturaleza en la región de las Altas Montañas de Veracruz**, realizada por la alumna: **Andrea Ivonne Carrillo Vargas**, bajo la dirección del Consejo Particular indicado, ha sido aprobada por el mismo y aceptada como requisito parcial para obtener el grado de:

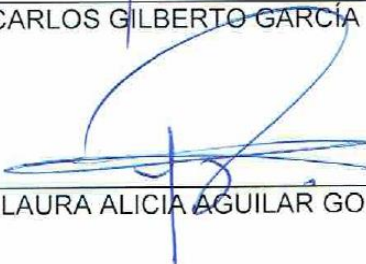
MAESTRA EN PAISAJE Y TURISMO RURAL

CONSEJO PARTICULAR

CONSEJERA:   
DRA. DORA ANGÉLICA AVALOS DE LA CRUZ

ASESOR:   
DR. JOSÉ PEDRO JUÁREZ SÁNCHEZ

ASESOR:   
M.C. CARLOS GILBERTO GARCÍA GARCÍA

ASESORA:   
DRA. LAURA ALICIA AGUILAR GONZÁLEZ

Amatlán de los Reyes, Veracruz, México, mayo de 2019.

# **TURISMO DE NATURALEZA EN LA REGIÓN DE LAS ALTAS MONTAÑAS DE VERACRUZ**

Andrea Ivonne Carrillo Vargas, MPTR  
Colegio de Postgraduados, 2019

## **RESUMEN**

El objetivo de esta investigación fue conocer los emprendimientos, recursos y atractivos del turismo de naturaleza en la Región de las Altas Montañas de Veracruz (RAMV) que está integrada por 57 municipios. La investigación se realizó bajo un enfoque metodológico cualitativo, se diseñó un cuestionario que se aplicó a informantes clave de la región de las Altas Montañas y a servidores públicos de los municipios, para obtener información sobre los emprendimientos, recursos y atractivos turísticos de la región, mediante un enlace de Google Formularios en redes sociales y por correo electrónico. Enseguida se hizo un análisis cartográfico con ArcMap versión 10.6.1. Fue verificada una muestra de 20 % de los sitios. Como resultado se obtuvo un listado de emprendimientos y atractivos turísticos: de los primeros, 21 son ecoturísticos, 4 de turismo rural, 4 de turismo de aventura, 10 de otra clasificación; de los segundos, 50 atractivos naturales y 16 culturales. Se concluye que el turismo de naturaleza tiene un gran potencial en la región de las Altas Montañas, pero se percibe ausencia por parte de autoridades dedicadas a fomentar y promocionar el turismo. Los emprendimientos encontrados a partir del censo están en diferentes etapas de desarrollo, se recomienda la creación de redes turísticas entre los municipios interesados para favorecer su derrama económica, y la integración de los actores de la cadena de valor que fortalezcan la cultura turística.

**Palabras clave:** planificación turística, planificación regional, turismo alternativo, problemática turística.

# **NATURE TOURISM IN THE HIGH MOUNTAINS REGION OF VERACRUZ**

Andrea Ivonne Carrillo Vargas, MPTR

Colegio de Postgraduados, 2019

## **ABSTRACT**

The objective of this study was to know the entrepreneurships, resources and attractions of nature tourism in the region of the High Mountains of Veracruz. The study unit is the region of the High Mountains of Veracruz, which is composed for 57 municipalities. The research was carried out under a qualitative methodological approach, carrying out the following phases in the investigation: A questionnaire was designed to be applied to key informants of the High Mountains region and to public servants of the Municipalities for obtain information about the entrepreneurships, resources and attractions of nature tourism, this questionnaire was shared through a Google Docs link in social networks and via e-mail, the information obtained from the questionnaires for the cartographic analysis was digitally captured, for which the ArcMap geographic information system version 10.6.1 was used, a sample of 20 was selected to verify that they will be located in those previously saved locations. Part of the results was the obtaining of a census entrepreneurships and tourist attractions that were classified as follows: of the first, 21 of ecotourism, 4 of rural tourism, 6 of adventure tourism, 10 of another classification; of the latter, 50 natural and 16 cultural attractions. It is concluded that nature tourism has a great potential in the High Mountains region, absence is perceived by authorities dedicated to promoting and promote tourism, the entrepreneurships found from the census are in different stages of development, recommends the creation of tourist networks among the interested municipalities to favor their economic benefits, and the integration of the actors of the value chain that strengthen the tourist culture.

**Keywords:** tourist planning, regional planning, alternative tourism, tourist problems

## **DEDICATORIA**

Agradezco a mis padres, Mónica Ivonne Vargas e Higinio Carrillo Soto por todo el amor, apoyo y comprensión durante esta etapa.

A mi hermano Adrián, por su cariño y apoyo en toda mi vida.

A mi abuela Nadia, por su apoyo y motivación en esta etapa de mi vida.

A toda mi familia, por su comprensión y apoyo brindado en todos estos años.

A mis amigas, por formar parte de mi vida y apoyarme en este proceso, por hacerme reír en los momentos difíciles.

A mis amigos, que tuve la fortuna de conocer estos últimos años, por los buenos y malos momentos juntos, por sus consejos y por todas las risas.

A Gian y Anwar, por recibirme en Argentina, por ser mi familia cuando me encontraba lejos de la mía, por su apoyo y su amor.

## **AGRADECIMIENTO**

Al Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (CONACYT), por la beca otorgada a través del programa de postgrado Maestría en Paisaje y Turismo Rural. Así como por el apoyo recibido mediante la beca mixta para realizar estancia de vinculación internacional.

Al Colegio de Postgraduados Campus Córdoba por todas las facilidades otorgadas para realizar esta Maestría, apoyo con su personal académico, con la infraestructura, recursos para el desarrollo de la investigación, participación en eventos académicos y la movilidad académica.

A la LGAC 2 Desarrollo territorial y estudios sociales del paisaje rural de la Maestría en Paisaje y Turismo Rural, por las facilidades y apoyo brindado para el cumplimiento de este proyecto de investigación aplicada.

A la Licenciada Graciela Inés Gallo, docente en la Universidad Argentina de Negocios por fungir como tutora durante la estancia de vinculación.

Al Dr. Humberto Thomé Ortiz, Profesor Investigador del Instituto de Ciencias Agropecuarias y Rurales de la Universidad Autónoma del Estado de México, por dirigir la estancia académica realizada en el ICAR.

## CONTENIDO

<b>1. INTRODUCCIÓN</b> .....	1
1.1. Objetivos.....	2
<b>2. REVISIÓN DE LITERATURA</b> .....	3
2.1. Oferta turística en México .....	3
2.2. Actualidades del turismo de naturaleza en el mundo .....	7
2.3. Turismo de Naturaleza.....	9
2.3.1. Turismo de Aventura.....	13
2.3.2. Ecoturismo.....	14
2.3.3. Turismo Rural .....	17
2.4. Clústeres de turismo de naturaleza .....	19
2.5. Producto turístico .....	20
2.6. Recursos, atractivos y emprendimientos turísticos.....	22
2.7. El turismo en Veracruz.....	24
<b>3. MATERIALES Y MÉTODOS</b> .....	28
3.1. Descripción general de la zona de estudio .....	28
3.2. Clasificación de los emprendimientos, recursos y atractivos .....	29
3.3. Diseño de productos turísticos en la RAMV.....	30
<b>4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN</b> .....	31
4.1. Clasificación del turismo de naturaleza en la región de las Altas Montañas de Veracruz .....	31
4.2. Análisis cartográfico .....	38
4.3 Propuesta de productos turísticos de la región de las Altas Montañas de Veracruz .....	51
<b>5. CONCLUSIONES</b> .....	56
<b>6. LITERATURA CITADA</b> .....	57
<b>7. ANEXOS</b> .....	63



## LISTA DE CUADROS

<b>Cuadro 1.</b> Ejemplos de la oferta turística en México .....	4
<b>Cuadro 2.</b> Ejemplos de la oferta turística en México .....	6
<b>Cuadro 3.</b> Beneficios del Turismo de Naturaleza .....	10
<b>Cuadro 4.</b> Diferencias entre los tipos de impactos generados por el turismo masivo y el turismo de naturaleza .....	11
<b>Cuadro 5.</b> Diferencias entre los modelos: tradicional y de naturaleza.....	12
<b>Cuadro 6.</b> Posición de México con respecto a otros países megadiversos. ....	15
<b>Cuadro 7.</b> Actividades del Ecoturismo .....	15
<b>Cuadro 8.</b> Actividades del Turismo de Aventura.....	14
<b>Cuadro 9.</b> Actividades del Turismo Rural.....	17
<b>Cuadro 10.</b> Elementos que califican las etapas del ciclo de vida del clúster.....	20
<b>Cuadro 11.</b> Oferta de servicios turísticos brindados en los principales Estados turísticos de México .....	25
<b>Cuadro 12.</b> Estudios de vegetación en la región de las Altas Montañas.....	27
<b>Cuadro 13.</b> Emprendimientos, atractivos de turismo de naturaleza en la región de las Altas Montañas de Veracruz .....	32

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1.</b> Oferta turística en México. ....	3
<b>Figura 2.</b> Principales destinos turísticos.....	5
<b>Figura 3.</b> Turismo de naturaleza en el mundo. ....	8
<b>Figura 4.</b> Turismo de naturaleza.....	12
<b>Figura 5.</b> Turismo de aventura en México.....	13
<b>Figura 6.</b> Ecoturismo en México. ....	16
<b>Figura 7.</b> Turismo rural.....	18
<b>Figura 8.</b> Producto turístico “Orizaba Pueblo Mágico” .....	21
<b>Figura 9.</b> Componentes del producto turístico .....	22
<b>Figura 10.</b> Atractivo y recurso turístico.....	22
<b>Figura 11.</b> Desempeño de Veracruz usando diez indicadores basados en la metodología del diagrama en forma de diana. ....	26
<b>Figura 12.</b> Mapa de la región de las Altas Montañas de Veracruz. ....	28
<b>Figura 13.</b> Rango de edades de las 45 personas entrevistadas en la RAMV. ....	31
<b>Figura 14.</b> Mapa de Emprendimientos Ecoturísticos. ....	38
<b>Figura 15.</b> Emprendimientos ecoturísticos.....	39
<b>Figura 16.</b> Mapa de Emprendimientos de Turismo de Aventura.....	40
<b>Figura 17.</b> Mapa de Emprendimientos de Turismo Rural.....	41
<b>Figura 18.</b> Turismo rural. ....	42
<b>Figura 19.</b> Mapa de Emprendimientos de otra clasificación.....	43
<b>Figura 20.</b> Otros emprendimientos.....	44
<b>Figura 21.</b> Mapa de Atractivos Naturales.....	44
<b>Figura 22.</b> Atractivos Naturales. ....	45
<b>Figura 23.</b> Mapa de Atractivos Culturales. ....	46
<b>Figura 24.</b> Atractivos Culturales. ....	47
<b>Figura 25.</b> Mapa de Emprendimientos y Atractivos de la región de las Altas Montañas de Veracruz.....	48
<b>Figura 26.</b> Mapa de densidad de habitantes.....	49
<b>Figura 27.</b> Mapa de vegetación y uso de suelo. ....	50
<b>Figura 28.</b> Ruta del Café.....	52
<b>Figura 29.</b> Ruta de la aventura. ....	53
<b>Figura 30.</b> Ruta cultural y religiosa.....	54
<b>Figura 31.</b> Ruta Pico de Orizaba. ....	55

<b>Figura 32.</b> Mapa de Argentina con división política. ....	71
<b>Figura 33.</b> Visita al stand del grupo de turismo rural. ....	72
<b>Figura 34.</b> Establecimiento de la Familia Vera .....	73
<b>Figura 35.</b> Mapa del Parque Nacional Nahuel Huapi. ....	73

## 1. INTRODUCCIÓN

El turismo de naturaleza son actividades en contacto con el medio ambiente y las expresiones culturales en actitud de respeto, disfrute y participación en la conservación de los recursos naturales, este se compone por el Ecoturismo, el Turismo de Aventura y el Turismo Rural. Con el interés de diversificar o mejorar la oferta turística, el turismo de naturaleza ha sido objeto de atención en varios países como España, Perú, Colombia, Cuba, Brasil, Costa Rica y México. La intención en estos lugares ha sido el aprovechamiento sostenible de las Áreas Naturales Protegidas (SECTUR, 2004; Martínez, 2017; Osorio *et al.*, 2017).

Este es un estudio general del turismo de naturaleza en la Región de las Altas montañas de Veracruz (RAMV) cuyo objetivo fue conocer los emprendimientos, recursos y atractivos turísticos con el propósito de resaltar la importancia de esta actividad, su disposición espacial, e identificar áreas de oportunidad.

Diversos municipios de la RAMV cuentan con una oferta turística considerable (Rivera *et al.*, 2018; Pérez y Gibaja, 2018); sin embargo, no se hace visible una planificación turística regional, y menos un plan de marketing, que es una de sus principales debilidades. En este estudio se responderá la pregunta de ¿Qué tipo de emprendimientos, recursos y atractivos de turismo de naturaleza existen en la Región de las Altas Montañas de Veracruz?

Con este análisis se pretende facilitar la creación de redes de colaboración entre emprendimientos de turismo de naturaleza, para complementar la oferta turística en la región y ofrecer productos turísticos de mejor calidad para los visitantes.

La principal aportación de este trabajo será el brindar un panorama general sobre el turismo de naturaleza que se practica en la RAMV, dado que la información sistematizada disponible es limitada, y así facilitar la creación de acciones y eventualmente políticas públicas dirigidas a su desarrollo y fortalecimiento.

Dado que este es un estudio general, primero se identificaron tipo censo los emprendimientos, recursos y atractivos turísticos; enseguida fueron clasificados de acuerdo a su orientación, y finalmente, con la información gestionada se diseñaron prototipos de productos turísticos actuales y potenciales.

## **1.1. Objetivos**

### **Objetivo General**

Conocer los emprendimientos, recursos y atractivos del turismo de naturaleza en la región de las Altas Montañas de Veracruz.

### **Objetivos específicos**

1. Clasificar el turismo de naturaleza que se realiza en la región de las Altas Montañas de Veracruz.
2. Diseñar una propuesta de productos turísticos de la región de las Altas Montañas de Veracruz.

## 2. REVISIÓN DE LITERATURA

La revisión de literatura se estructuró haciendo un análisis de la oferta turística en México y el mundo, se describieron las actividades en el turismo de naturaleza, y en la Región de las Altas Montañas de Veracruz.

### 2.1. Oferta turística en México

México recibió alrededor de 35 millones de turistas internacionales en el año 2016, debido a la diversa oferta de productos turísticos que van desde el turismo de sol y playa, el turismo arqueológico, turismo de salud o bienestar, el turismo cultural, el turismo de naturaleza, el turismo de compras localizado en la frontera norte o bien el turismo de cruceros con puertos sobre las costas del Mar Caribe y Océano Pacífico (SECTUR, 2017).



**Figura 1.** Oferta turística en México. **A)** Nacimiento Ojo Zarco, Nogales, Ver., **B)** El Tajín, Ver., **C)** Cañón del Sumidero, Chiapas.

Fuente: Alfredo Morán, 2012.

El portal visitmexico realizado por el Consejo de Promoción Turística de México, divide la oferta turística del país en cinco rubros (Cuadro 1), Sol y Playa, Pueblos Mágicos, Grandes Ciudades, Ciudades Patrimoniales y Destinos Culturales.

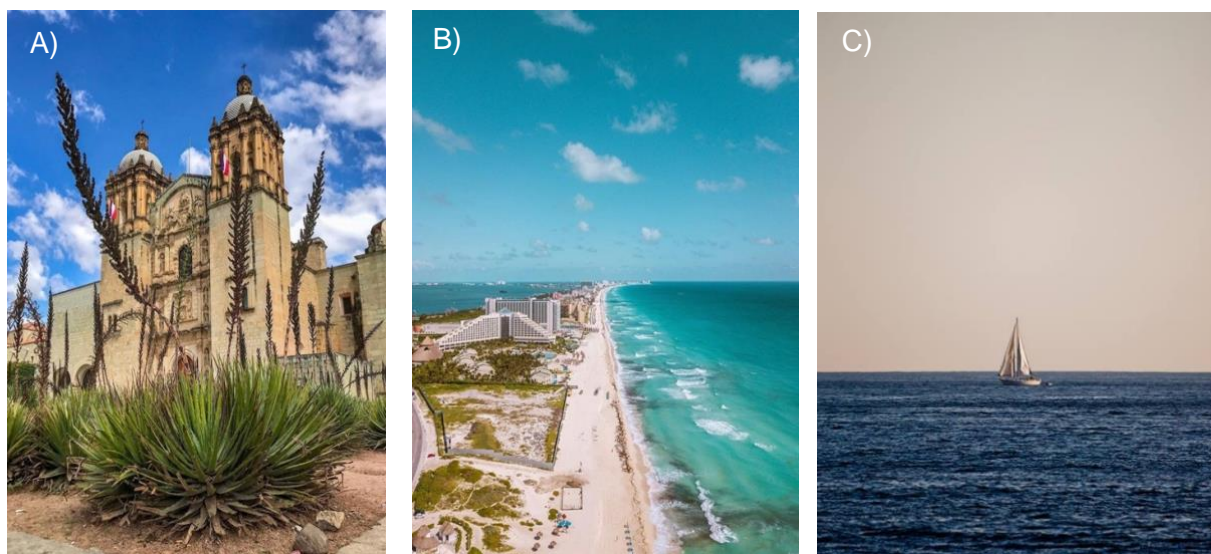
**Cuadro 1.** Oferta turística en México.

Sol y Playa	Pueblos Mágicos	Grandes Ciudades	Ciudades Patrimoniales	Destinos Culturales
Acapulco, Guerrero	Aculco, Estado de México	Chihuahua, Chihuahua	Campeche, Campeche	Aguascalientes, Aguascalientes
Costa Maya, Quintana Roo	Casas Grandes, Chihuahua	Guadalajara, Jalisco	Morelia, Michoacán	Arteaga, Coahuila
Cozumel, Quintana Roo	Arteaga, Coahuila	Mérida, Yucatán	Oaxaca, Oaxaca	Celaya, Guanajuato
Huatulco, Oaxaca	Álamos, Sinaloa	Querétaro, Querétaro	Zacatecas, Zacatecas	Celestún, Yucatán
Los Cabos, Baja California Sur	Atlixco, Puebla	CDMX, Ciudad de México	Puebla, Puebla	Barrancas del Cobre, Chihuahua
Manzanillo, Colima	Bernal, Querétaro	Monterrey, Nuevo León	Tlacotalpan, Veracruz	Calvillo, Aguascalientes
Costa Esmeralda, Veracruz	Bacalar, Quintana Roo	Guanajuato, Guanajuato	San Miguel de Allende, Guanajuato	Cadereyta de Montes, Querétaro

Fuente: visitmexico, 2018.

En 1974 con la creación del Fondo Nacional de Fomento al Turismo (FONATUR), se inició una etapa de desarrollo turístico planificado de sol y playa en México, impulsó los Centros Integralmente Planeados (CIP) de Cancún, Los Cabos, Ixtapa, Huatulco y Loreto (Figura 2), mismos que han sido beneficiados por el impacto económico del turismo. Sin embargo, México no solo es sol y playa. Es un país con una gran riqueza natural y cultural, resultado de diversos tipos de ecosistemas y paisajes en regiones montañosas, tropicales, áridas, templadas y costeras. También cuenta con atractivos arqueológicos prehispánicos y de la arquitectura, de distintos períodos de la historia nacional que representan una singularidad geográfica de México. Lo cual ha sido fundamental para el desarrollo del turismo en Estados como Quintana Roo, Yucatán, Guerrero, Baja California, Oaxaca, Guanajuato y Puebla. Estos productos turísticos

son un factor positivo para el mercado turístico mexicano, en el ámbito internacional como nacional (Propin *et al.*, 2017).



**Figura 2.** Principales destinos turísticos. **A)** Iglesia de Santo Domingo, Oaxaca. **B)** Cancún, Quintana Roo. **C)** Acapulco, Guerrero.

Por otro lado, no todos los recursos turísticos han sido transformados en productos o destinos turísticos.

El turismo de sol y playa ha generado en las costas mexicanas un fenómeno conocido como el turismo de masas, el cual, a pesar de las consecuencias negativas para el medio ambiente, ha desarrollado una estrategia que implica complementar su oferta turística a través del turismo de naturaleza (SECTUR, 2011; Martínez, 2017).

México deberá desarrollar e implementar modelos que consoliden acciones respecto al turismo de naturaleza, dado que se sigue considerando como principal oferta turística al turismo de sol y playa, para satisfacer la demanda de este segmento de mercado destacando los Estados Unidos y Canadá. Es por lo que cada año en los meses de marzo-abril se preparan los diversos servidores turísticos para atender a los “*spring breakers*”, aunque la derrama económica que generan es importante, debe aprovecharse para promocionar otros destinos que permita controlar la llegada masiva a los ya indicados, que presentan problemas de contaminación (López *et al.*, 2006).

En los Cabos, por ejemplo, se adopta el modelo turístico estadounidense de “*Resorts*”, en el que se incluyen, además de hoteles en playa, departamentos de



tiempo compartido, condominios, casas habitación, villas y toda clase de servicios conexos, todo en un área cerrada, cuya característica es la cercanía con la línea de playa (Montaño *et al.*, 2014).

Para impulsar la actividad turística en México, es recomendable considerar diferentes estrategias cuando el objetivo es promover una actitud ecológica y cuidado del medio ambiente, dado que es un mercado importante en la actualidad y México tiene lo necesario para satisfacer este tipo de demanda turística (Flores *et al.*, 2012). La diversificación de la oferta turística es una estrategia de crecimiento, que se realiza con el objetivo de atraer a diferentes segmentos del mercado, y comprende un conjunto de bienes y servicios capaces de facilitar la comercialización del producto turístico, a fin de satisfacer la demanda de los visitantes, en esta condición se entiende por cualquier establecimiento en donde el usuario es principalmente el turista (SECTUR, 2015).

La cultura es un factor primordial al momento de elegir la visita de algún destino. La información que se publicita genera el deseo de conocer y experimentar las formas de vidas locales, la gastronomía, festividades, celebraciones religiosas, la danza y la música, complementándolo con el paisaje, la naturaleza y la diversidad de ecosistemas que se pueden encontrar en México (López *et al.*, 2016).

Con la creación de los centros integralmente planeados (cuadro 2), México puede complementar su oferta turística con la presencia de las ciudades coloniales (Benseny, 2007). Sin embargo, la exclusión social de los habitantes, la marginalidad de los visitantes a la vida cotidiana de la población, la desigualdad económica, el uso de grandes espacios en los lugares de destino, la destrucción del paisaje, entre otras, han llegado a ser las principales limitantes en el constante desarrollo del modelo tradicional del turismo (Cooper y Hall, 2008).

**Cuadro 2.** Oferta turística complementaria en México.

Centros Integralmente Planeados	Centros turísticos tradicionales	Ciudades coloniales
Cancún	Acapulco	Taxco
Ixtapa	Puerto Vallarta	Cuernavaca
Huatulco	Manzanillo	San Miguel de Allende
Los Cabos	Mazatlán	Zacatecas
Loreto	Veracruz	Oaxaca

A mediados de la década de 1950 se inició la búsqueda de una mayor diversidad en formas de descanso, de diversión y placer (Muñoz, 2011). Esta búsqueda por el cambio de experiencias en los viajes se le denominó turismo de naturaleza y a principios de los años 90, inició la oferta del turismo de naturaleza de manera incipiente en la región sureste de México (López *et al.*, 2016). En los últimos años se ha observado una tendencia de los europeos a elegir destinos que oferten actividades en la naturaleza y la cultura de un país, lo cual hace evidente la diversificación en el mercado y el potencial que tiene el turismo de naturaleza (Ibáñez, 2011).

El desarrollo de estos segmentos relativamente nuevos, crece por el interés de un viaje que genere nuevas experiencias, con un significado de concientización respecto a las diversas formas de vida y los entornos en los que se desarrollan, a su vez apoyando al desarrollo de la economía local (López *et al.*, 2016).

La demanda turística es cambiante y requiere nuevas alternativas turísticas (Torres, 2006). México ha comenzado a diversificar las modalidades turísticas como respuesta a las preferencias cambiantes de los turistas, de manera independiente a las estrategias seleccionadas para sobrevivir a los continuos cambios en el perfil de la demanda, pero siempre es necesario pensar en una planificación que responda a los principios de sustentabilidad (OCDE, 2017).

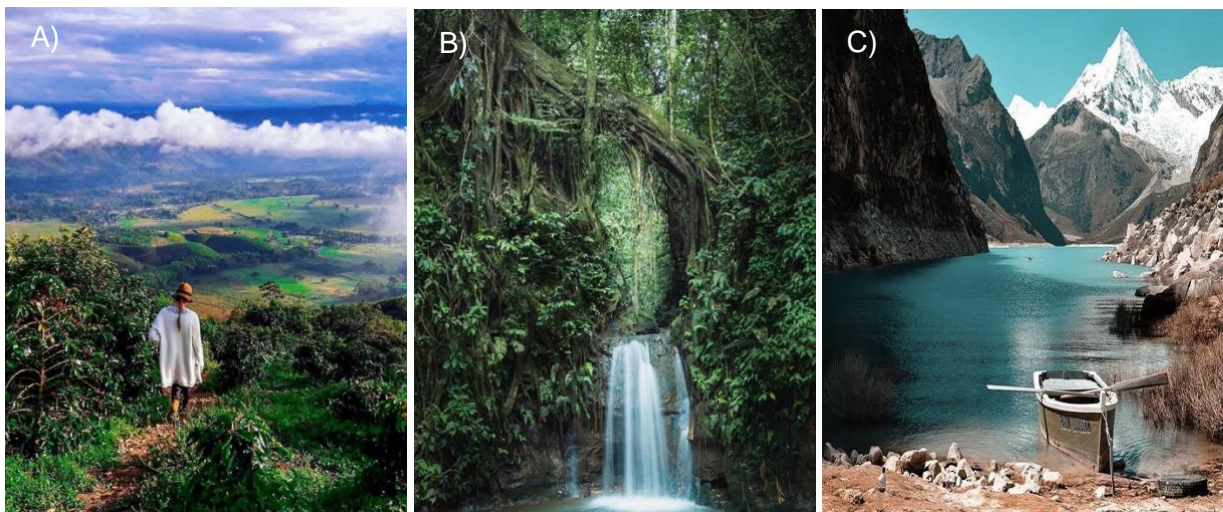
Debido a la política turística implementada y la devaluación de la moneda entre otras causas, México ha sido clasificado en el lugar 10 del turismo a escala internacional. Entre los principales desafíos que enfrenta México se destacan: 1) mejorar y mantener la competitividad y sostenibilidad de los destinos turísticos de litoral, que concentran una buena parte de la oferta y demanda actual y 2) aprovechar las oportunidades que ofrece el patrimonio natural y cultural del país para promover un nuevo modelo de desarrollo turístico (Altés, 2008).

## **2.2. Actualidades del turismo de naturaleza en el mundo**

Con el interés de diversificar la oferta turística, España fortaleció su oferta turística considerando sus cuatro regiones biogeográficas, de las 7 existentes en Europa, lo que le convierte en uno de los países de mayor diversidad paisajística, y por tanto en un destino privilegiado para practicar turismo en la naturaleza. La visitación ha

sido considerable: de 4.2 millones de visitantes en 1973, a 20 millones en 1982, a 25.5 millones en 1999, y a más de 30 millones en 2006 (Blanco, 2006).

Mientras que Costa Rica basa su oferta turística en sus reservas naturales públicas y privadas. Sin embargo, no hay estudios sobre la importancia socioeconómica del turismo de naturaleza. Desde la década de los 90 el turismo de naturaleza inició debido a atractivos naturales como volcanes, depresiones, llanuras, ríos navegables, que agregan valor turístico al país y permiten el desarrollo de distintos negocios turísticos (Villalobos *et al.*, 2009).



**Figura 3.** Turismo de naturaleza en el mundo. **A)** Sendero en cafetal, Colombia. **B)** Jungla de Costa Rica. **C)** Laguna Parón, Perú.

En Estado Unidos el sistema de Parques Nacionales a partir de la década de los 90 comenzó a recibir más de 270 millones de visitantes, mientras que los parques estatales captaron un poco más de 500 millones. En Canadá los observadores de aves en Point Pelee National Park en la provincia de Ontario, gastaron más de 3.5 millones de dólares durante 24 días, de lo anterior se deriva el gran potencial económico que presenta el turismo de naturaleza (Bringas y Ojeda, 2000).

Es importante destacar que muchos de los sitios declarados patrimonio atraen la atención del turismo y son promocionados para ese fin, un ejemplo es Argentina, en donde en el año 2003 en la Quebrada de Huamahuaca en la provincia de Jujuy, fue declarada Patrimonio Mundial por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) bajo la categoría de paisaje cultural, esto fue impulsado por el gobierno de Jujuy para atraer más visitantes y así aumentar la derrama económica de la provincia (Salleras, 2011).

En México existen diversos recursos culturales con características únicas, desde la Selva Lacandona en Chiapas, los sitios arqueológicos cerca de Tlapacoyan y Tajín en Veracruz, los mayas en la Península de Yucatán, y diversas etnias que han comenzado a considerar al turismo como una actividad económica atractiva. Estos recursos culturales combinados con recursos naturales, ofrecen la oportunidad de practicar actividades tales como el avistamiento de aves, descenso de río en kayak o balsa, espeleología, ciclismo de montaña, *surfing*, y senderismo, y representan una excelente oportunidad para el turismo de aventura.

Otro de los destinos ya posicionados en México es la Península de Yucatán, la cual cuenta con una gran cantidad de atractivos turísticos desde playas, cenotes, zonas arqueológicas mayas, ciudades coloniales, todo esto atrae a grandes cantidades de turistas a la región, por lo cual también se ha permitido la diversificación hacia el turismo de naturaleza (Huesca, 2017).

### **2.3. Turismo de Naturaleza**

La Secretaría de Turismo de México (SECTUR, 2013) define al turismo de naturaleza, como los viajes en los que se realizan actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que se caracterizan por la actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en su conservación. Las características principales del turismo de naturaleza, se basan en la organización de viajes hacia lugares poco conocidos, con limitado número de visitantes, en busca de ambientes naturales que estimulen el desarrollo personal, es decir, un turismo de baja escala, y de bajos costos sociales y de oferta más especializada y diversa (Harris *et al.*, 2002).

Mediante el turismo de naturaleza el viajero es capaz de relacionarse estrechamente con las culturas y poblaciones de los lugares visitados (Muñoz, 2011). Se ha comprobado que el comportamiento del visitante se desarrolla en función de la experiencia y motivos personales, así como de la influencia social de los grupos en que éste se desenvuelve (Osorio *et al.*, 2017).

Debido a los cambios negativos (como la contaminación de playas, ríos, basura, otros) que se presentan en el medio ambiente a consecuencia del turismo de masas y considerando la importancia de su conservación, el cambio de tendencias en las preferencias de los turistas, así como la búsqueda de nuevos tipos de recreación, es

como surge el turismo de naturaleza (Gerritsen *et al.*, 2008). El turismo de naturaleza como alternativa para el desarrollo local, busca la mejora de las condiciones de vida contemplando aspectos económicos, sociales y ambientales, y que la comunidad donde se desarrolle este tipo de actividad se vea beneficiada (Tamayo *et al.*, 2016). El turismo de naturaleza tiene numerosos beneficios en el campo económico, social, cultural y ambiental los cuales se muestran a continuación:

**Cuadro 3.** Beneficios del Turismo de Naturaleza.

<b>Económicos</b>	<b>Sociales / culturales</b>	<b>Ambientales</b>
Obtención de beneficio económico.	Mejora general de la calidad de vida de la población residente (mejora en los ingresos, infraestructura, servicios, equipamientos).	Contribución a la protección de áreas naturales.
Incremento de los ingresos fiscales.	Detención de las corrientes migratorias internas a partir de la generación de puestos de trabajo y de la mejora de la calidad de vida a nivel local.	Contribución al mantenimiento y conservación de áreas urbanas y sitios históricos.
Generación de empleo.	Posibilidad de nuevas oportunidades de capacitación.	Contribución a la planificación urbana y regional.
Contribución a la recuperación de áreas o sitios naturales o culturales.	Afianzamiento de la identidad local y del sentido de pertinencia de la comunidad residente a partir del sentimiento de reconocimiento por parte de los visitantes.	
Mejora y redistribución de los ingresos internos.		
Mejoramiento de los servicios y de la infraestructura urbana y regional.		
Mejoramiento general del nivel de vida de la población residente.		

Fuente: Conti y Cravero, 2010.

**Cuadro 4.** Diferencias entre los tipos de impactos generados por el turismo masivo y el turismo de naturaleza.

<b>Característica</b>	<b>Turismo de masas</b>	<b>Turismo de naturaleza</b>
Tipo de turista	Pasivo, estático, ajeno	Activo, dinámico, participativo, culto
Motivo principal del viaje	Sol y playa, precios bajos	Contacto con la naturaleza, cultura
Tipo de demanda	Organizada por operadores turísticos	Individual, dirigida a grupos muy específicos
Comportamiento del turista	Observar sin interactuar	Experimentar en la región
Tipo de frecuentación	Masificada, estacional	Exclusividad y privacidad, repartida a lo largo del año
Tipo de alojamiento	Estandarizado, hoteles grandes, apartamentos	Alojamiento en casas rurales, cabañas
Actividades realizadas en el destino	Concurrencia a bares nocturnos, excursiones	Observación de flora y fauna, senderismo, entre otros.
Costos	Altos para la creación de infraestructura	Necesarios para facilitar experiencias, equipamientos adecuados

Fuente: Ibáñez y Rodríguez, 2012.

El Turismo de Naturaleza se divide en turismo de aventura, ecoturismo y turismo rural (SECTUR, 2006), aunque existen otras denominaciones como el turismo de bajo impacto ambiental, turismo solidario, turismo comunitario, turismo sustentable, entre otros (Huesca, 2017). En el caso de México, el ecoturismo y el turismo de aventura han logrado posicionarse poco a poco en la oferta turística nacional y por su parte el turismo rural es incipiente (Alcalá y López, 2017).

**Cuadro 5.** Diferencias entre los modelos de turismo: tradicional y de naturaleza.

	Turismo tradicional	Turismo de naturaleza
Generalidades	Acelerado desarrollo De corto plazo	Crecimiento gradual De largo plazo
Particularidades del turista	Explotación de recursos Grupos grandes Turistas Dirigidos Requieren confort y pasividad	Optimización de recursos Grupos familiares Turistas más proactivos Comportamiento activo
Características	Actividad homogeneizada y masiva Producto estandarizado Impactos ecológicos altos Promoción a través de medios de comunicación masiva	Actividades recreativas personalizadas Producto único Impactos ecológicos menores Promoción dirigida a nichos de mercado
Estrategia de desarrollo	Proyecto sectorial Grandes montos de inversión (infraestructura y equipamiento) Medición en términos cuantitativos Desarrollo desde arriba	Proyecto holístico Inversión en capital humano El valor lo da la calidad Desarrollo desde abajo (local)

Fuente: Bringas y Ojeda, 2003.



**Figura 4.** Turismo de naturaleza. A) Ecoturismo en Isla Aguada, Campeche. B) Turismo rural en Coetzapotitla, Ver., C) Turismo de aventura en la región de las Altas Montañas de Veracruz.

El turismo de naturaleza se fundamenta en el desarrollo sustentable, promoviendo una perspectiva ética, social y humana, que no sólo sea una medición cuantitativa basada en el crecimiento del Producto Interno Bruto (PIB), sino en mejorar las condiciones de vida de los habitantes (Almagro y Venegas, 2009). México tiene un amplio potencial turístico, y en gran parte de sus comunidades se puede desarrollar el turismo de naturaleza a fin de contribuir a lograr un desarrollo local, esto implica

la participación responsable y coordinada de las comunidades, las instituciones de gobierno y los visitantes, así como una planeación estratégica adecuada para disminuir o eliminar impactos ambientales severos. Enseguida se describen las tres principales actividades en el turismo de naturaleza.

### 2.3.1. Turismo de Aventura

El turismo de aventura se define como los viajes que tienen como propósito el realizar actividades recreativas, asociadas a desafíos impuestos por la naturaleza (SECTUR, 2006), los inicios del turismo de aventura se encuentran muy relacionados con la realización de actividades recreativas de aventura como pasatiempo; las actividades que se pueden realizar en este tipo de turismo se muestran a continuación.



**Figura 5.** Turismo de aventura en México. **A)** Vuelo en parapente en Fortín, Ver. **B)** Kayak en Aljojuca, Puebla. **C)** Caminata en el Pico de Orizaba. **D)** Escalada en la Sierra de Zongolica, Ver.  
Fuente: Alfredo Morán, 2012.



## **Cuadro 6.** Actividades del Turismo de Aventura.

Actividades
Caminata
Cañonismo
Escalada y Rappel
Ciclismo de montaña
Descenso de ríos
Espeleobuceo
Buceo
Espeleísmo
Vuelo en globo aerostático
Trekking
Espeología
Puenting
Rafting
Paracaidismo
Vuelo sin motor
Motos

Fuente: SECTUR, 2004.

Algunos autores también lo llaman turismo deportivo, turismo de adrenalina o turismo de reto, lo cual independientemente del nombre que se le otorgue, los conceptos de cada uno comprenden lo mismo. La amplia gama de productos de turismo de aventura no sólo es resultado de la diversidad geográfica con la que cuenta México, sino también es consecuencia del perfil del turista, existe un perfil marcadamente aventurero que afronta desafíos extremos, mientras que hay otro tipo que demanda la realización de actividades con un nivel de riesgo muy controlado (Díaz, 2012).

Al hablar de turismo de aventura debería de llamarse también negocio verde, ya que debe de consistir esta actividad en un desarrollo económico con sostenibilidad, no solo en lo ambiental sino en lo social y cultural, aspectos en los cuales los impactos deben ser mínimos y su monitoreo permanente (Gómez, 2003).

### **2.3.2. Ecoturismo**

México es considerado uno de los 11 países con mayor biodiversidad en el mundo, respaldado por el número de especies en mamíferos, plantas vasculares, aves, insectos, artrópodos, reptiles, anfibios, y otros taxones (Torres, 2006).

**Cuadro 7.** Posición de México con respecto a otros países megadiversos.

País	Superficie	Plantas vasculares	Mamíferos	Aves	Reptiles	Anfibios
México	1 972 544	23 314	545	1 150	804	361
Perú	1 285 210	17 144	515	1 781	418	420
Brasil	8 511 965	56 215	578	1 731	630	779
Colombia	1 141 748	48 000	492	1 815	520	634
Ecuador	283 561	25 000	271	1 559	374	462
Venezuela	912 050	21 073	390	1 392	293	315
Congo	2 344 000	6 000	166	597	268	216
Madagascar	587 045	9 505	165	262	300	234
Indonesia	1 916 600	29 375	667	1 604	511	300
China	9 561 000	32 200	502	1 221	387	334
Australia	7 686 810	15 638	376	851	880	224

Fuente: Ceballos y Arroyo, 2012.

El ecoturismo son los viajes con el fin de realizar actividades recreativas de apreciación y conocimiento de la naturaleza a través del contacto con la misma (SECTUR, 2006), este es un segmento que se puede considerar de recién interés en nuestro país y las actividades que se pueden realizar se muestran a continuación.

**Cuadro 8.** Actividades del Ecoturismo

Actividades
Observación de la Naturaleza
Observación de la Fauna
Visitas guiadas
Ecoturismo científico
Senderismo interpretativo
Rescate de Flora y Fauna
Talleres de Educación Ambiental
Safari Fotográfico
Observación de Fósiles
Observación de Atractivos Naturales
Avistamiento de ballena
Participación en programas de rescate

Fuente: SECTUR, 2004.



**Figura 6.** Ecoturismo en México. **A)** Talleres de conservación ambiental. **B)** Safari fotográfico. **C)** Observación de flora en Jardín Botánico Helia Bravo Hollis, Tehuacán, Puebla. **D)** Avistamiento de ballenas en Puerto Vallarta, Jalisco.

Para definir el ecoturismo Gómez y Martínez (2009), incluyen aspectos pedagógicos y de interpretación de la naturaleza. Las actividades dentro del ecoturismo se organizan principalmente para pequeños grupos, se minimizan los impactos negativos sobre el medio natural y el sociocultural, aporta recursos para la protección de zonas naturales, entre muchos otros. Para Ruiz (1997), el ecoturismo es la expresión del deseo de conocer y visitar los espacios naturales de manera ordenada y responsable y el ecoturismo busca minimizar los impactos ambientales mientras que valoriza y contribuye activamente a la conservación de los ecosistemas y que genera, asimismo, ingresos para la población local.

Los turoperadores estiman que 4 a 6 millones de estadounidenses cada año realizan viajes al extranjero en búsqueda de áreas naturales para practicar ecoturismo, para países como Costa Rica, Ecuador, Belice, Ruanda, Kenia, han tenido beneficios por estos viajes donde la derramada económica es de aproximadamente 1.7 mil millones de dólares (Bringas y Ojeda, 2000).

El ecoturismo ha sido vislumbrado como una vía de generación de ingresos para el mantenimiento no sólo de áreas naturales protegidas, sino para los habitantes de las comunidades en las que se lleva a cabo (Bringas y Ojeda, 2000) y también surge como una estrategia para la protección de estas áreas naturales, para la promoción de la cultura (Flores *et al.*, 2012). También comprende el uso de recursos naturales que incluyen paisajes, atractivos acuáticos, vegetación y vida salvaje, y requiere poca inversión en infraestructura y una inversión en conocimiento, organización e información por parte de los prestadores de servicios (Martínez, 2017).

### 2.3.3. Turismo Rural

González (2012), define al turismo rural o también llamado como turismo interior en España, como las actividades que realizan las personas fuera de los cascos urbanos con diferentes motivos: recreativos, de relajación. Este tipo de turismo se dirige a una demanda, que de acuerdo con Poon (1993), tiene un interés en estar en contacto con la naturaleza, la cultura, en el cual se involucran actividades relativas al campo, las cuales se muestran a continuación.

#### **Cuadro 9.** Actividades del Turismo Rural.

---

Actividades
Agroturismo
Fotografía rural
Aprendizaje de dialectos
Vivencias místicas
Talleres artesanales
Talleres y disfrute gastronómico
Etnoturismo
Ecoarqueología
Preparación y uso de medicina tradicional
Marcha a caballo
Temazcal

---

Fuente: SECTUR, 2004.

El turismo rural es una actividad sobresaliente en la diversificación de la oferta turística que se desarrolla en el sector agropecuario. Se impulsa con la intención de

diversificar los destinos de sol y playa en algunos países (Barrera y Muñoz, 2003). El concepto de turismo rural se origina en teoría y práctica en Europa, y está asociado a las casas de labranza, el interés por las actividades de ocio en los espacios rurales comienza a intensificarse en el siglo XX, como una forma de reacción a la liberación del estrés de la población de las ciudades industrializadas (Muñoz, 2015).

El turismo rural debe de ser planteado como una estrategia de diversificación y complemento de los ingresos agropecuarios tradicionales, es la forma más directa para buscar el desarrollo regional ya que se basa en trabajos conjuntos y complementarios de las comunidades (Torres, 2006).



**Figura 7.** Turismo rural. **A)** Taller gastronómico. **B)** Fotografía rural. **C)** Temazcal en Yucatán. **D)** Agroturismo en Río Negro, Argentina. **E)** Talleres artesanales en Río Negro, Argentina.

La multifuncionalidad de las áreas rurales no tiene que ver únicamente con las funciones tradicionales de los espacios rurales, como, por ejemplo, la producción de alimentos, sino también con el turismo en sus diferentes formas. Con el reconocimiento de la problemática rural, los debates sobre el modelo de desarrollo adecuado para el campo siguen teniendo gran relevancia (Gerritsen *et al.*, 2008) y es aquí donde surgen nuevas alternativas para el desarrollo de las comunidades rurales, una de ellas, es el turismo rural.

Este tipo de turismo se basa en el aprovechamiento de las antiguas haciendas, áreas de cultivos y productos típicos mexicanos como el tequila, el mezcal, el cacao, la vainilla, los quesos, el café, entre otros. Una de las modalidades del turismo rural son las rutas agroalimentarias vinculadas a un producto agropecuario o gastronómico regional, con la intención de mostrar el proceso de producción a los visitantes y hacerlos participar en algunas tareas de la faena diaria (Alcalá y López, 2017). El turismo rural es también una forma de recuperar patrimonio arquitectónico, una iniciativa para frenar la migración y la crisis agrícola de las zonas rurales, también es una vía para recuperar tradiciones, una acción de sostenibilidad medioambiental (Cánoves *et al.*, 2005).

Con la transnacionalización de la industria alimentaria, la oferta de una gran diversidad de alimentos se ha expandido enormemente, y actualmente se pueden obtener productos de casi cualquier lugar del mundo. Muchos productores no se han beneficiado de esta tendencia globalizadora (Toledo, 2000). Como consecuencia, en el campo mexicano se sigue observando pobreza y deterioro de recursos naturales, y se han debilitado sus bases socio-productivas (Gerritsen *et al.*, 2008).

Otra de las problemáticas que se enfrenta a nivel mundial, es que aún no se tiene una conceptualización de lo rural, en contraposición a la desarrollada para lo urbano (Sancho y Reinoso, 2012), desde el punto de vista demográfico resulta difícil sugerir características estructurales que distinguen a los habitantes del entorno urbano y rural.

#### **2.4. Clústeres de turismo de naturaleza**

Un clúster es una concentración geográfica de empresas que tienen relación entre sí y crean un proceso donde ellas pueden mejorar su desempeño, competitividad y

sostenibilidad (Artavia, 2000). Por su parte, Varisco (2009), define al clúster turístico como la aglomeración de empresas relacionadas del turismo, tanto directas como indirectas y las instituciones que integran la superestructura que se relacionan para formar el producto que identifica a ese territorio; mientras que Gómez *et al.* (2017), definen al clúster turístico como una forma de organizar la actividad turística de una región incorporando a los diversos actores locales logrando que estos interactúen, cooperen y generen conocimiento.

Existen también temas controversiales en cuanto a la creación de clústeres, uno de ellos es sobre si su formación es planificada o no y la otra sobre el papel que desempeña el gobierno en estos procesos (García y Marquetti, 2005). Pero todo clúster cuenta con un ciclo de vida, el cual es afectado por la actividad, pero no lo determinará. Por ejemplo, en una actividad en declive pueden existir clústeres que declinen, pero algunos se renovarán y transformarán para empezar un nuevo ciclo de crecimiento. A continuación, se describirán los elementos que califican las etapas del ciclo de vida del clúster.

**Cuadro 10.** Elementos que califican las etapas del ciclo de vida de un clúster.

Etapa del ciclo de vida del clúster	Elementos que califican cada etapa del clúster
Gestación	Existen ventajas comparativas pero las industrias y empresas existentes no están vinculadas.
Emergencia	Se cuentan con vínculos incipientes, el sector económico se encuentra en la fase de emprendimiento.
Expansión	Se presentan vínculos sólidos para complementarse, el sector económico se encuentra en la fase del desarrollo.
Maduración	Existen redes colaborativas de industrias, empresas e instituciones.

Fuente: Gómez *et al.*, 2017.

**2.5. Producto turístico**

El producto turístico es un conjunto de atractivos, equipamientos, servicios, infraestructuras y organizaciones, que satisfacen una necesidad o deseo de los consumidores turísticos (Figura 8).



**Figura 8.** Producto turístico “Orizaba Pueblo Mágico”

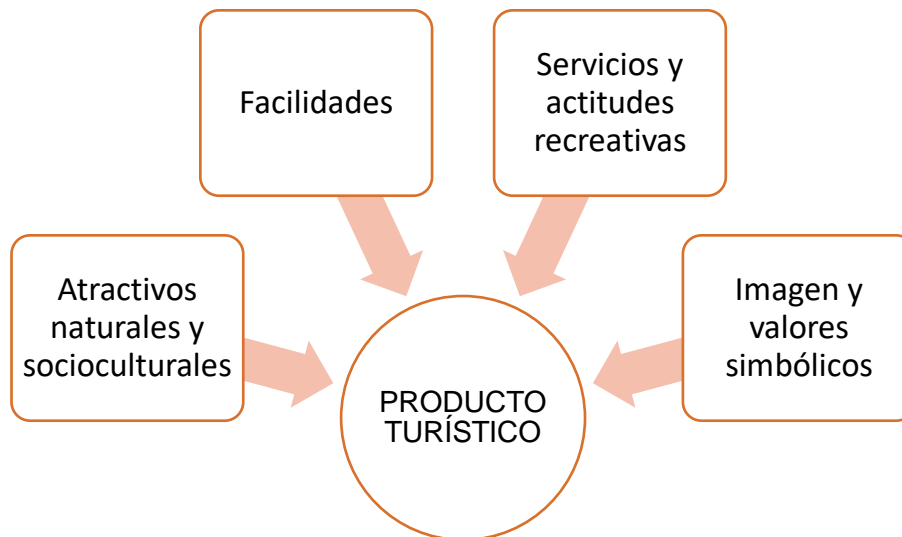
Fuente: H. Ayuntamiento de Orizaba, 2018.

El producto es ofrecido en el mercado turístico y consumido en el lugar de prestación del servicio, lo cual supone un desplazamiento del consumidor desde un lugar de origen a uno de destino y su posterior retorno al sitio de partida y visto de este modo se puede demostrar que en un mismo destino existen varios productos turísticos (Partido *et al.*, 2009).

Así mismo, las empresas deben prestar especial atención al nivel de satisfacción de sus clientes, puesto que Internet es un instrumento muy útil para que los consumidores insatisfechos relaten sus experiencias al resto del mundo (Kotler y Lane, 2006). Entonces es necesario buscar conjuntos de nuevos atributos para los cuales no existe oferta competitiva en el mercado pero que a su vez satisfagan las expectativas de los turistas y así integrarlos a un producto turístico.

La conformación de un producto turístico lo constituyen los atractivos, recursos naturales y culturales, la infraestructura, los servicios y los equipamientos (Figura 9). El producto turístico de naturaleza incluye la promesa del uso del entorno natural, además de la prestación de servicios básicos en un tiempo determinado (Gómez y Martínez, 2009). Un destino turístico preferencial es aquel ya conocido, ofertado y promovido dentro de la economía turística nacional (Propin y Sánchez, 2007).



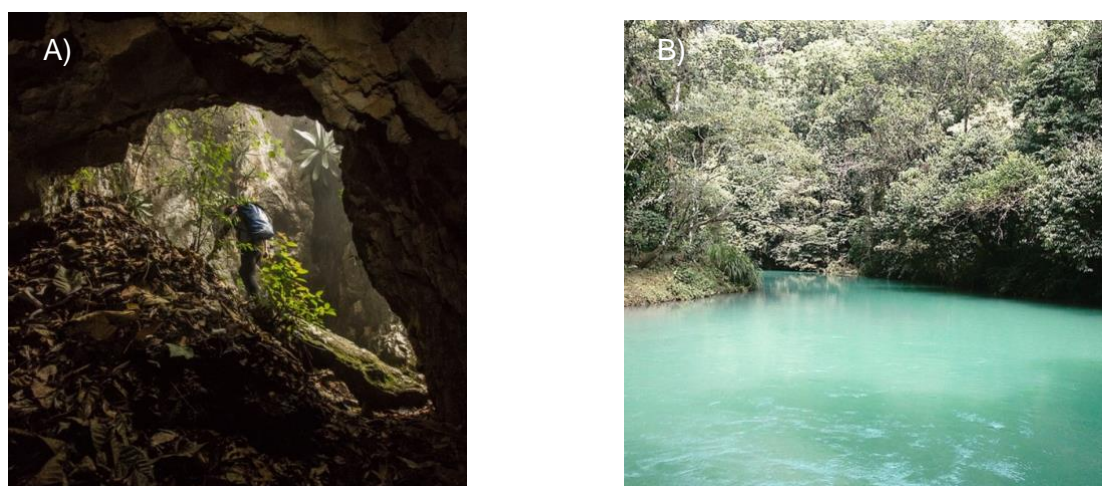


**Figura 9.** Componentes del producto turístico

Fuente: Gómez y Martínez, 2009

## 2.6. Recursos, atractivos y emprendimientos turísticos

Los recursos turísticos son todos los elementos naturales y culturales que pueden motivar oportunidad de descanso, actividades recreativas y creativas (Mantero *et al.*, 1998). Mientras que Martín (2011), define a los recursos turísticos como aquellos atractivos de un destino que pueden originar un interés entre el público, determinar la elección y motivar la visita, en donde los atractivos turísticos son aquellos elementos naturales, culturales o realizados por la mano de un hombre, que son capaces de generar desplazamientos de personas diferentes al lugar de destino (Navarro, 2015).



**Figura 10.** Atractivo y recurso turístico. **A)** Sierra de Zongolica, Veracruz. **B)** Amatlán de los Reyes, Veracruz.

Es importante explorar las diferencias de estas definiciones para poder conceptualizarlas, la Real Academia Española (RAE, 2001) define a los recursos como elementos disponibles para resolver una necesidad o llevar a cabo una empresa, recursos naturales, hidráulicos, forestales, económicos, humanos. Por otro lado, señala que el adjetivo “atractivo” indica que atrae o que tiene fuerza para atraer, y el verbo “atraer” significa, de una persona o de una cosa, hacer que acudan hacia sí, otras cosas, animales o personas.

Existen recursos turísticos que no logran ser atractivos turísticos; y se encuentran “disponibles para resolver una necesidad de ocio” pero sin “hacer que acudan personas”, son relevantes, pero no provocan un viaje. Para que esto ocurra, es necesario que el recurso sea conocido y sea visitable; entonces podemos concluir que los recursos turísticos originan atractivos turísticos, y que los atractivos turísticos se sustentan en los recursos turísticos (Navarro, 2015). Es importante que el crecimiento turístico no se logre a cualquier precio, sino que se tienen que utilizar de manera racional los recursos paisajísticos, sociales, culturales y territoriales en el largo plazo (Espejo, 2004).

Para conceptualizar el término emprendimiento, la Real Academia Española (RAE, 2009), lo define como “la acción y efecto de emprender, cualidad de emprendedor”; que a su vez define emprender como “acometer y comenzar una obra, un negocio”.

El emprendimiento entendido como actitud, se encuentra ligado a diferentes formas y estadios históricos de producción y desarrollo; hoy en día existe el emprendedor aventurero, económico o empresarial, social, humanitario, entre otros.

El emprendedor económico es quien asume algún tipo de riesgo, este se encuentra involucrado con la inversión necesaria para la puesta en marcha de una empresa; este tipo de emprendedor es básicamente un empresario que cuenta con visión, asunción de riesgo y acción para llevar a cabo el plan (Pérez *et al.*, 2009).

Los emprendimientos sociales están enfocados en el desarrollo de proyectos laborales y sociales, es decir, van más allá de generar un negocio rentable en vistas de una oportunidad o necesidad de emprender, implica elaborar, ejecutar y sustentar iniciativas orientadas a la superación de una dificultad social, y el logro de un beneficio común a un grupo humano ya sea por actividades empresariales o social-comunitarias (Bargsted, 2013).

La principal diferencia entre emprendimientos económicos y sociales trata sobre la preponderancia de los objetivos sociales sobre los económicos (Cohen *et al.*, 2008), también sobre los mecanismos de sustentabilidad más diversos en el caso del emprendimiento social.

## **2.7. El turismo en Veracruz**

La riqueza biológica que distingue al estado de Veracruz es el resultado de la complejidad orográfica, geológica de suelos y climas (Ferrusquia, 1998). La biodiversidad está contenida en 18 tipos de vegetación, por lo que el Estado concentra a su vez una de las mayores diversidades de comunidades vegetales registrados para México (Gómez, 1978). Veracruz alberga tres culturas: huasteca, totonaca y olmeca, lo cual enriquece a la cultura del Estado mediante danzas, gastronomía, música, rituales, medicina tradicional, costumbres.

Veracruz, a pesar de tener un Puerto turístico nacional, no cuenta con una conciencia turística desarrollada, ya que se identificó que la población en general, no percibe al turista como una persona que es capaz de proporcionarle ingresos importantes para su subsistencia y desarrollo, al contrario de la filosofía mostrada por otros países, donde al turismo se le considera como una de las principales fuentes de ingresos (Soto y García, 2009). La demanda turística es nacional, y el tipo de turistas se distinguen por tener un poder adquisitivo medio-bajo y no les importa la calidad de la infraestructura (Propín y Sánchez, 2007). En base a cifras del 2015 y en comparativa con los principales Estados turísticos del país, se muestra el siguiente cuadro con la oferta de servicios turísticos brindados.

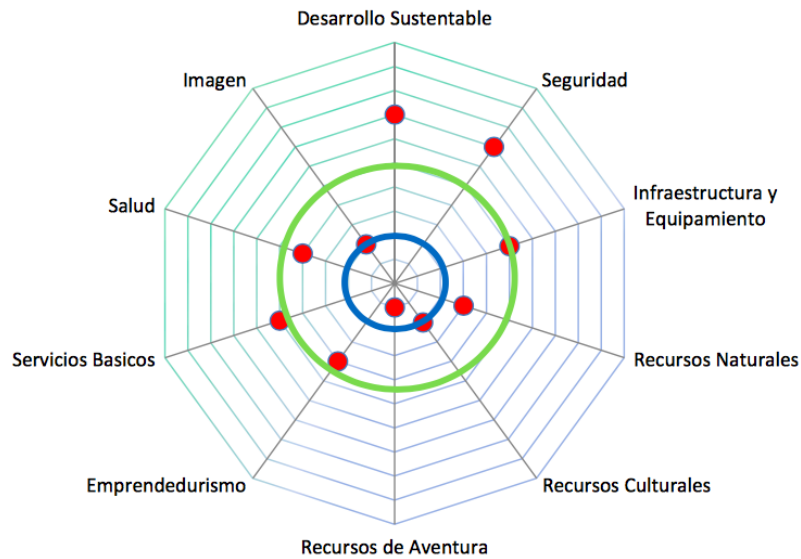
**Cuadro 11.** Oferta de servicios turísticos brindados en los principales Estados turísticos de México.

Estado	Establecimientos de Hotel	Número de Cuartos	Restaurantes y Cafeterías	Bares, Centros Nocturnos, otros	Guías de turistas	Arrendadoras de autos	Centros de convenciones
Jalisco	1,684	66,079	6,804	1,601	n.d.	153	n.d.
Oaxaca	1,336	27,111	1,404	659	187	25	70
Veracruz	1,427	41,932	6,745	2,326	104	29	141
Chiapas	966	20,917	1,413	191	n.d.	13	n.d.
Quintana Roo	941	90,048	1,952	371	n.d.	256	59

Fuente: Datatur, 2017. Nota: n.d. no determinado.

En el Plan Veracruzano de Desarrollo se considera que el turismo permite aprovechar el patrimonio cultural para la reactivación económica, creación de empleos y el combate a la pobreza con el desarrollo de proyectos productivos (Secretaría de Finanzas y Planeación, 2017). De acuerdo con Mora (2006), los sistemas de planeación estratégica nacional y del estado de Veracruz, no constituyen un factor de apoyo para el desarrollo del turismo de naturaleza, dado que se carece de planificación integral que ha provocado la masificación del turismo.

En base al reporte del diagnóstico sobre el potencial de los recursos de turismo de naturaleza en México (2009), la figura muestra que la situación de Veracruz es positiva en recursos culturales, recursos de actividades de aventura e imagen. Aunque enfrenta importantes desafíos en políticas de desarrollo sustentable y seguridad. Otros factores incidentes son infraestructura, recursos naturales, pequeña y mediana empresa, recursos humanos y servicios de salud; todos se colocan en un rango medio por lo que necesitan mejorarse. Sin embargo, su situación actual no representa un impedimento inmediato para comercializar su desarrollo, como se muestra en la figura 11.



**Figura 11.** Desempeño de Veracruz usando diez indicadores basados en la metodología del diagrama en forma de diana.

El estado de Veracruz se organiza en siete regiones turísticas, caracterizadas por particularidades, donde se promueve a Veracruz como un destino turístico preferencial con el propósito de desarrollar otros tipos de turismo para ampliar la oferta turística (Zúñiga, 2014).

La Región de las Altas Montañas de Veracruz, de acuerdo al Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo (INAFED, 2017), está conformada por 57 municipios: Acultzingo, Camarón de Tejeda, Alpatláhuac, Amatlán de los Reyes, Aquila, Astacinga, Atlahuilco, Atoyac, Atzacan, Tlaltetela, Calchualco, Camerino Z. Mendoza, Carrillo Puerto, Coetzala, Comapa, Córdoba, Coscomatepec, Cuichapa, Cuitláhuac, Chocamán, Fortín, Huatusco, Huiloapan de Cuauhtémoc, Ixhuatlán del Café, Magdalena, Maltrata, Mariano Escobedo, Mixtla de Altamirano, Naranjal, Nogales, Omealca, Orizaba, Paso del Macho, La Perla, Rafael Delgado, Los Reyes, Río Blanco, San Andrés Tenejapan, Sochiapa, Soledad Atzompa, Tehuipango, Tenampa, Tepatlaxco, Tequila, Texhuacán, Tezonapa, Tlacotepec de Mejía, Tlaquilpa, Tlilapan, Tomatlán, Totutla, Xoxocotla, Yanga, Zentla, Zongolica.

La RAMV tiene una superficie de 6,053 km<sup>2</sup>, que representan 8.4 % del territorio estatal, por lo cual ocupa el quinto lugar por su extensión territorial (Secretaría de Finanzas y Planeación, 2013). De acuerdo con Rivera *et al.* (2018), se han identificado nueve tipos de vegetación, desde bosque tropical caducifolio, bosque

tropical perennifolio, bosque mesófilo de montaña, bosque de galería, bosque de encino, matorral xerófilo, bosque de pino, bosque de oyamel y pastizal subalpino, desde la parte más baja de la región hasta la zona más alta. Asimismo, se han realizado diversos estudios de vegetación en la región (Cuadro 12).

**Cuadro 12.** Estudios de vegetación en la región de las Altas Montañas.

Autor	Año	Número de especies de plantas	Zona de estudio
Chiang	1970	257	Córdoba
Vázquez	1977	290	Zongolica
Acevedo	1988	597	Atoyac
Robles	1987	582	Tezonapa y Omealca
Martínez-Pérez	1988	580	Parque Nacional Pico de Orizaba
Romero	1989	113	Alpatláhuac y Calchualco
Castillo, Robles y Medina	2003	569	Tetela
CONANP	2015	639	Parque Nacional Pico de Orizaba

Fuente: Rivera, 2015.

En la RAMV se encuentra el Pico de Orizaba, también conocido como Citlaltépetl, la montaña más alta de México, con una altura de 5,636 m. s.n.m. En la cima del volcán se originan los ríos Blanco, Cotaxtla, el Jamapa, el Metlac y el Orizaba, abasteciendo aproximadamente a 25 municipios de la región. Debido a las especies vegetales, faunísticas, ríos, el Pico de Orizaba fue decretado como Área Natural Protegida el 04 de enero de 1937, creándose así el Parque Nacional Pico de Orizaba.

El Parque Nacional Cañón del Río Blanco también se ubica en la RAMV, y fue decretado el 22 de marzo de 1938. En este Parque Nacional se encuentran 5 tipos de vegetación y más de 400 especies vegetales y faunísticas. Este tipo de parques de protección resalta y hace evidente la importancia de la región por los diversos servicios ecosistémicos que presta, no solo para las comunidades locales, sino a nivel regional, federal e internacional.

### 3. MATERIALES Y MÉTODOS

#### 3.1. Descripción general de la zona de estudio

El estudio se realizó en la Región de las Altas Montañas de Veracruz (RAMV), está integrada por 57 municipios (Figura 12); y se ubica dentro de uno de los corredores económicos principales de México, donde se conectan la Ciudad de México, la Ciudad de Puebla, Orizaba, Córdoba y el Puerto de Veracruz.

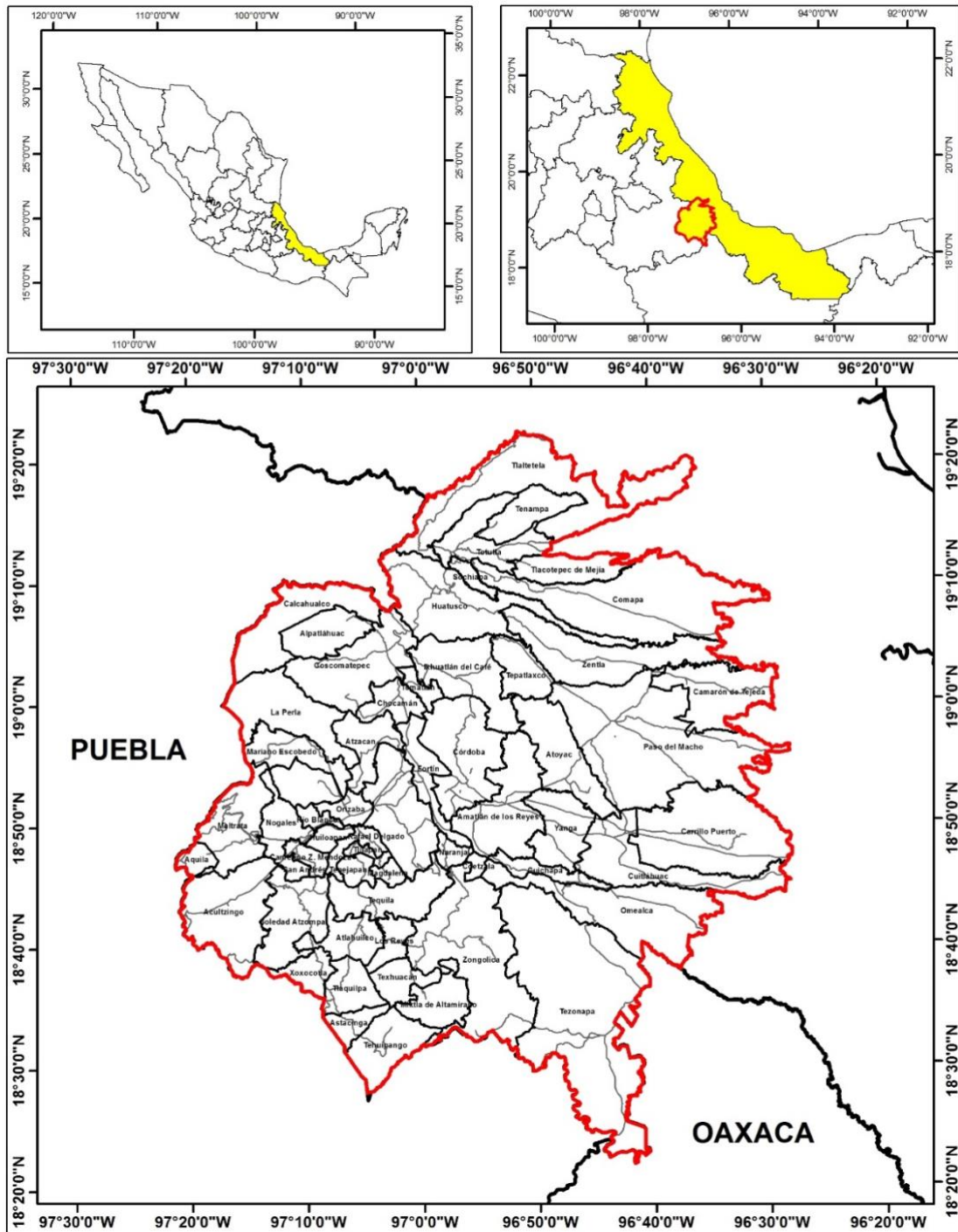


Figura 12. Mapa de la región de las Altas Montañas de Veracruz.

La investigación se realizó bajo un enfoque metodológico cualitativo (Sampieri *et al.*, 1991), dado que es un estudio exploratorio con un propósito explicativo de los procesos de carácter social y organizativo.

### **3.2. Clasificación de los emprendimientos, recursos y atractivos**

Se diseñó un instrumento de compilación de información (Anexo 1) para aplicarse a informantes clave de la RAMV y a servidores públicos de los 57 municipios, para obtener información sobre los emprendimientos, recursos y atractivos turísticos de la región. Se diseñó el cuestionario con Google Formularios y se envió por redes sociales (Facebook y WhatsApp) y vía correo electrónico (e-mail). Se realizó una prueba piloto con el fin de comprobar la operación del cuestionario.

El instrumento de compilación consistió de preguntas generales, y de preguntas específicas para conocer los emprendimientos, recursos y atractivos turísticos de la RAMV.

Debido a que existen diferentes concepciones sobre el turismo de naturaleza, producto turístico, recurso turístico y atractivo turístico, se estandarizaron los conceptos y se ejemplificó cada uno de ellos mediante un video informativo, para así obtener la información unificada y responder al objetivo de la presente investigación.

Para la aplicación del cuestionario se utilizó el muestro estadístico no probabilístico orientado a identificar a los informantes clave de la RAMV, el cual comprendió de aplicar el cuestionario a un informante clave, y este último refirió a otros, y así sucesivamente. Se obtuvo una muestra de 45 informantes clave.

A partir de la información obtenida mediante el instrumento aplicado, se procedió a verificar que la información obtenida de los emprendimientos, recursos y atractivos fuera confiable. Para esto se realizó la verificación del 20 % de los sitios mediante búsqueda en Google Chrome de cada uno de los emprendimientos, recursos y atractivos mencionados en el instrumento de compilación. Enseguida se listaron y clasificaron de acuerdo al tipo de servicio.

Se procedió a capturar de manera digital la información verificada para el análisis cartográfico, para lo cual se utilizó el sistema de información geográfica ArcMap versión 10.6.1.



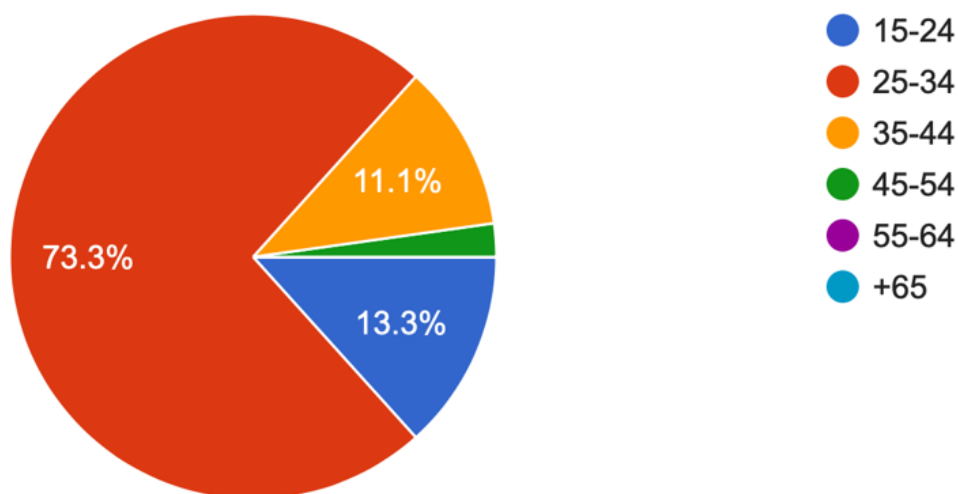
### **3.3. Diseño de productos turísticos en la RAMV.**

Con base a los resultados obtenidos se diseñaron cuatro productos turísticos considerando criterios como cercanía, vías de comunicación, y hospedaje. Los productos fueron denominados como ruta del café, ruta de la aventura, ruta cultural y religiosa, y ruta Pico de Orizaba.

## 4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 4.1. Clasificación del turismo de naturaleza en la región de las Altas Montañas de Veracruz

De los 57 municipios que conforma la Región de las Altas Montañas, 30 cuentan con oficinas o espacios en donde se ofrece información turística. En la siguiente figura se muestran los rangos de edad de las 45 personas entrevistadas, encontrándose la mayoría en el rango de edad de 25 a 34 años que representan 73.3 %.



**Figura 13.** Rango de edades de las 45 personas entrevistadas en la RAMV.

Después de preguntar el perfil del encuestado, la primera pregunta fue ¿cuáles emprendimientos de turismo de naturaleza conocen en la RAMV (Cuadro 13)? y la segunda pregunta fue ¿cuáles atractivos turísticos conoce en la Región de las Altas Montañas de Veracruz (Anexo1)?

**Cuadro 13.** Emprendimientos y atractivos de turismo de naturaleza en la región de las Altas Montañas de Veracruz.

Municipio	Emprendimientos Ecoturísticos	Emprendimientos de Turismo Rural / turismo comunitario	Emprendimientos de Turismo de aventura	Emprendimientos de otra clasificación	Atractivos Naturales	Atractivos Culturales
Acultzingo					Laguna "Puerto del aire"	Fiesta patronal
Alpatláhuac					Cascada "Cocalzingo"	
Amatlán de los Reyes	Centro ecoturístico Tenochtitlan, la maquinaria, playa dorada, Playa La Junta, Finca 2		Trail de las flores	Ex hacienda de Guadalupe	Nacimiento del río Atoyac, Caldera del Diablo	Ex hacienda de Guadalupe
Atoyac	Potrillos Rancho San Fermín				Cascada de Atoyac, "Unión de ríos", Playa Bella Camping Zone	
Calcahualco					Aguas termales Atotonilco	
Camarón de Tejeda	EcoClub Tamarindos					
Camerino Z. Mendoza	El Mirador				Paseo de los ahuehuetes	
Carrillo Puerto						Pirámide El Fortín
Chocamán	Finca Hass, Finca Las Nubes	Tepexilotla				
Coetzala Córdoba		Coetzapotitla Comunidad San Bartolo			Trail de las flores, Laguna de El Porvenir	Ex hacienda Toxpan

**Cuadro 14. Continuación**

Comapa					Ex hacienda de boca del monte
Coscomatepec					La ruptura del sitio
Cuitláhuac	Centro Municipal Agroecoturístico e Investigación San Juan de la Punta				
Fortín	Chula Vista Camping	Jardín de la Salud, Museo Tatsugoro, Centro Recreativo "El corazón de Metlac"	Cerro de San Juan, laguna del tule, Reserva Natural "Las lagartijas "		Ex hacienda de monte blanco
Huatusco	Las cañadas		Las cañadas, Cerro de Acatepec, Cascada de Tenexamaxa, La herradura, Mirador la cruz, Nacimiento la escondida, Cerro el gentil, Represa El Ojito, Cascadas Los Sótanos		
Huiloapan			Río Ixhuatequilla		
Ixhuatlán del café					

**Cuadro 15.** Continuación

Ixtaczoquitlán			Parapente "Parapentitis", Parapente "vuela con fer"	Grutas de Galicia, Los Sifones, Cerro de Chichahuaxtla, Cascadas de Altepexi, Río Cuautlapan, Río Corazón de Metlac, Paraíso Escondido Ixtac Refugio Fausto González Gomár	Antigua estación del ferrocarril, Ex hacienda de Tuxpango
La Perla	Villas pico de Orizaba, Villas Puerta del Cielo	"La cuchilla"			
Los Reyes	Rancho El Estribo, Finca Santa Martha EcoSuites				
Magdalena				Cueva de la bandera, cueva de Tepexingo, árbol de Magdalena Mirador Cerro del Tepoztécatl Río Tequecholapa	
Maltrata Mariano Escobedo Naranjal	UMA estación Tequecholapa, Campamento Amayak			Balneario "Naranjal"	

**Cuadro 16.** Continuación

Nogales	Rancho El Cortijo			Laguna de nogales, el rincón de las doncellas, peña del águila, Cañón de la carbonera, Los hilitos de plata, Cerro de la capilla, La Cueva Del Diablo	
Orizaba		Desafío turismo de aventura, turismo aventura Orizaba, Deportes extremos Orizaba		Cascada del elefante, laguna de ojo de agua, 500 escalones	EcoParque Cerro del Borrego, EcoParque Escamela Antigua estación de ferrocarril
Paso del macho					
Tepatlxaco	Rancho Aurora, Centro Ecoturístico El Pescadito			El cerro de la inmaculada, Río El Boquerón	
Tequila				Cueva de Tzontikonmostok, Gruta de Totomachapa Río Paraíso	Parroquia de San Pedro Apóstol
Tezonapa			Jardín Botánico Motzorongo		
Tlaltetela	Eco-villas sexto sol			Río de los pescados	
Tlilapan			El Álamo Albercas y Camping, Criadero de Truchas,	Cueva la presa, Cerro las joyas, Río Amatzinga, Los Manantiales	

**Cuadro 17. Continuación**

Tomatlán	Cuevas de Carón, Cerro Chiltepec, el campanario, puente del virrey, el túnel	
Totutla	La cueva del señor antiguo	Ex hacienda el mirador
Yanga	Cerro del muñeco	Ex haciendas: La concha, San José del Corral, San Miguel el grande, Palmillas, San Joaquín y Mata clara. Pirámide de palmillas
Zentla	Barrancas, ríos, cuevas, templo de San Jerónimo, Casa de los italianos, Jardín agroecológico el encanto	Pirámides

**Cuadro 18. Continuación**

---

Zongolica	Restaurant ecoturístico 88, cabañas de Jesús, Ayahualco Centro Ecoturístico (Puente Porras), Rancho Cuahutzihua	Paseo macuilxochitl, Restaurante Las Cazuelas	Tecamac “nacimiento del río”, Cascada Atlahuitzia, Cascada Coxole, Gruta Cotzalostok, Cueva de Chicomapa, Cueva de las golondrinas, Cuevas de los Tzimpiles, Cueva de Ostok, Huixtla, Totomachapa, Popócatl, Puente natural Boquerón, Sótano de Ahuiguizcapa, Sótano de Tomasa Quiahua.	Iglesia de San Francisco, Templo el Calvario, Hacienda de Coyametla, Escultura Cristo Rey, Escultura del Señor del Recuerdo
-----------	---	--	--	---

---



## 4.2. Análisis cartográfico

A continuación, se presenta el análisis cartográfico con la información obtenida a partir del listado de emprendimientos y atractivos turísticos. Se obtuvieron 159 emprendimientos y atractivos de los cuales 105 de ellos fueron georreferenciados.

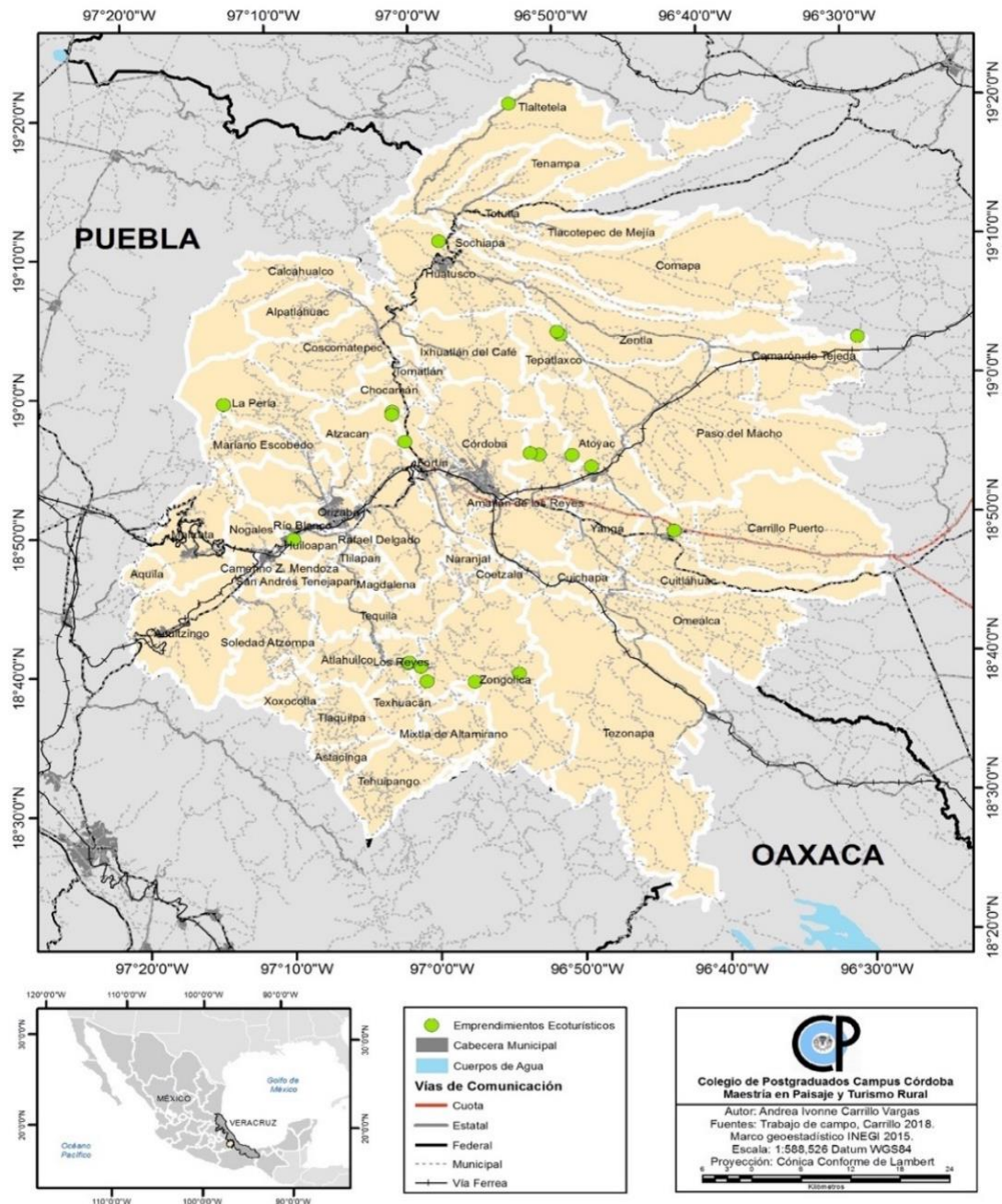
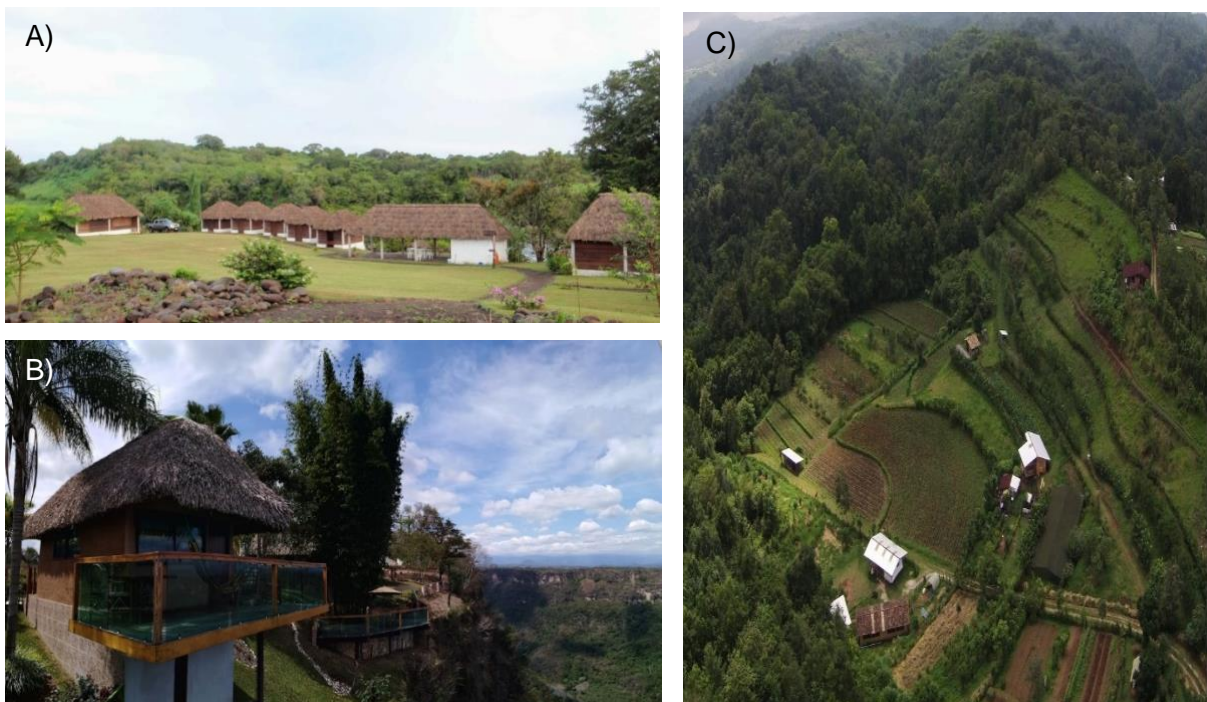


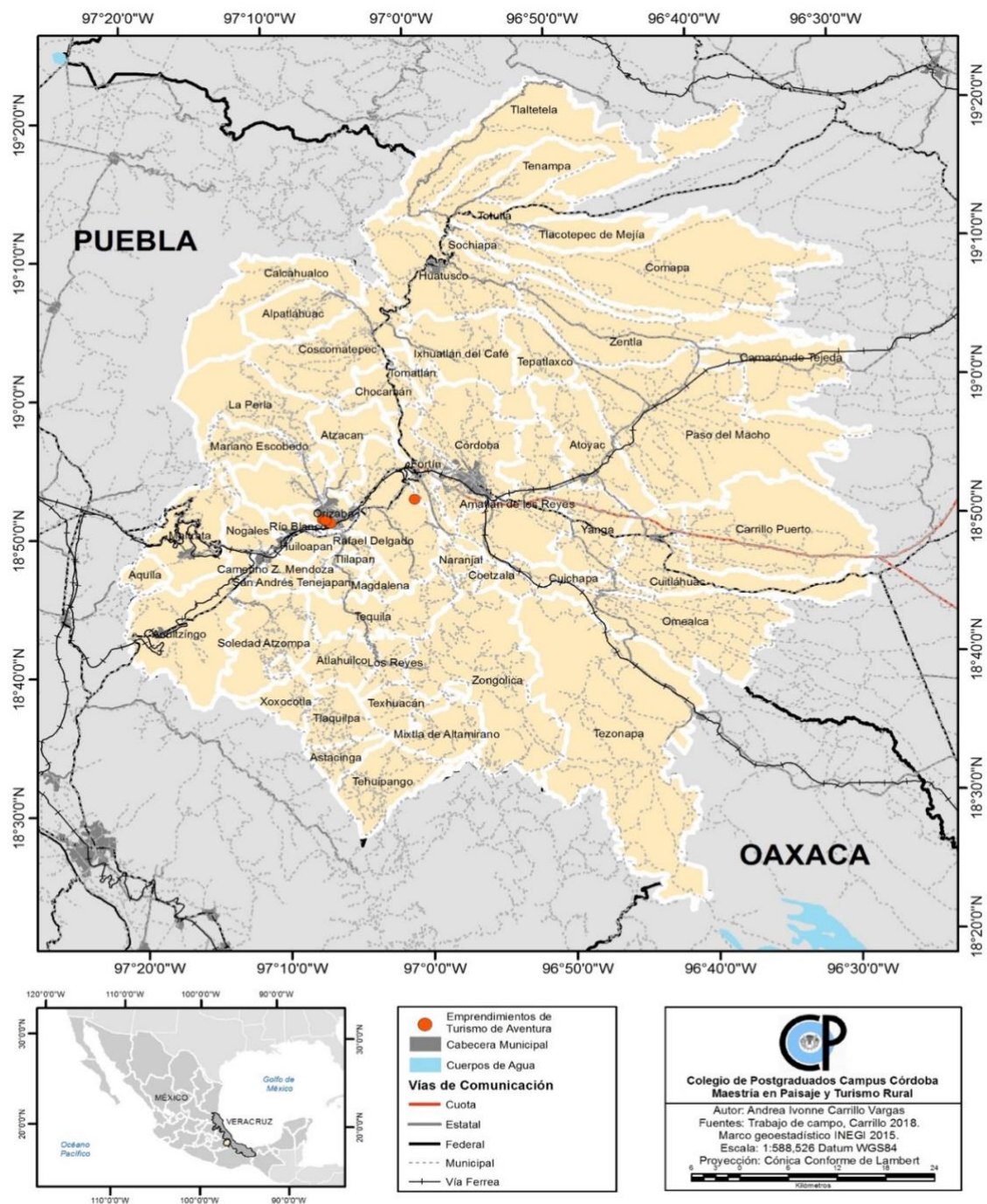
Figura 14. Mapa de Emprendimientos Ecoturísticos.

En la Figura 15 se observan 21 emprendimientos ecoturísticos que en su mayoría se encuentran alejados de la zona centro de la región. Estos emprendimientos se

encuentran principalmente con lento crecimiento debido a la ausencia de capacitación y muchas veces ofrecen servicios que no son propiamente ecoturísticos. Esto puede explicarse por la limitada cultura turística existente en la región. Asimismo, hay que hacer mención que estos emprendimientos generalmente combinan actividades ecoturísticas con otras relacionadas al turismo de aventura. En la actualidad existen 7 Normas Oficiales Mexicanas (NOM) creadas entre el 2001 y 2009 para el turismo, de las cuales 3 se pudieran adaptar para emprendimientos ecoturísticos, por ejemplo la NOM-06-TUR-2009 es obligatoria para las personas físicas y morales que presten servicios relativos a campamentos, la NOM-010-TUR-2001 establece las características y condiciones mínimas que deben contener los contratos que celebren los prestadores de servicios turísticos, la NOM-07-TUR-2002 la cual establece los lineamientos mínimos que en materia del seguro de responsabilidad civil deben cumplir los prestadores de servicios turísticos, estas normas son muy importantes ya que si se tuvieran presente, se ofrecerían servicios de alta calidad, por lo tanto la afluencia aumentaría.



**Figura 15.** Emprendimientos ecoturísticos. **A)** EcoClub Tamarindos, Camarón de Tejeda. **B)** Eco-villas sexto sol, Tlaltetela. **C)** Las cañadas, Huatusco.



**Figura 16.** Mapa de Emprendimientos de Turismo de Aventura.

En la Figura 17 se observan 4 emprendimientos de turismo de aventura, la mayoría localizados en la ciudad de Orizaba, el beneficio de ser pocos los emprendimientos o empresas dedicadas al turismo de aventura, es que captan toda la demanda turística que llega a la región. Sin embargo, los atractivos turísticos principales para ellos son rutas al Pico de Orizaba y la Sierra de Zongolica, lo cual puede convertirse en un área de oportunidad para el surgimiento de nuevos emprendimientos: que se distingan por

manejar una oferta turística diferente, es decir, que innoven y a su vez se conviertan en emprendimientos sociales, como los localizados en la región de Los Tuxtlas, Veracruz. De acuerdo a las NOM enfocadas a emprendimientos de turismo de aventura, las siguientes normas podrían adecuarse: NOM-09-TUR-2002 que establece los elementos a que deben de sujetarse los guías especializados en actividades específicas, la NOM-08-TUR-2002 que establece los elementos a que deben de sujetarse los guías generales y especializados y la NOM-011-TUR-2001 que indica los requisitos de seguridad, información y operación que deben de cumplir los prestadores de servicios en el turismo de aventura.

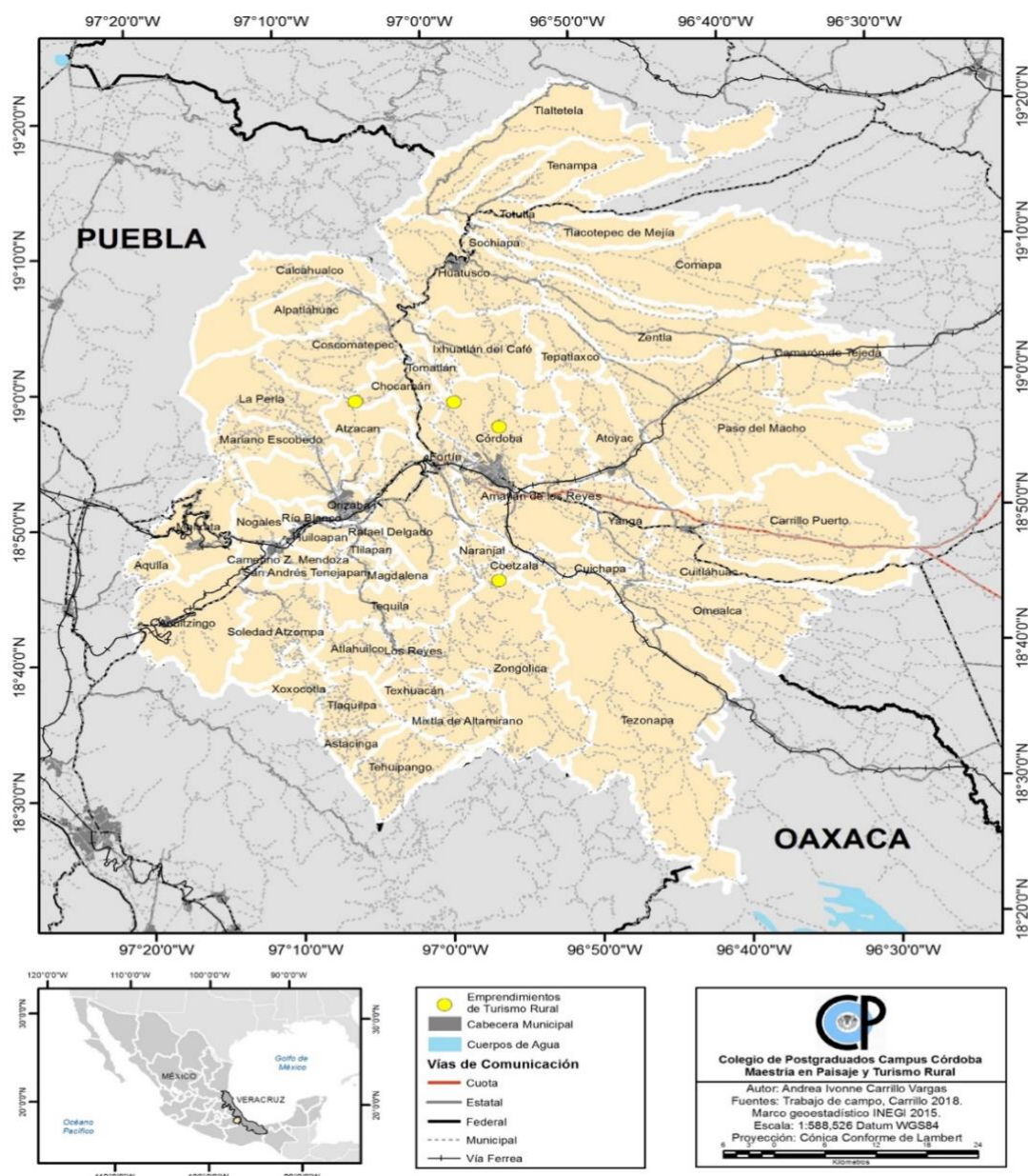
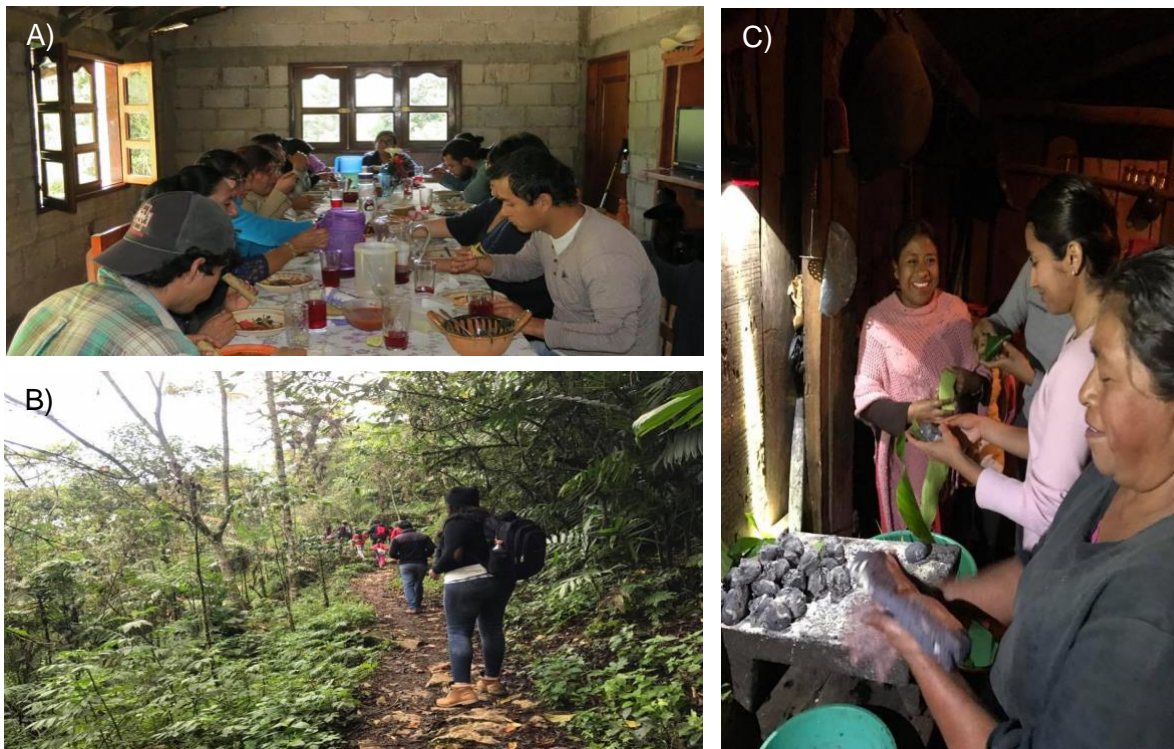
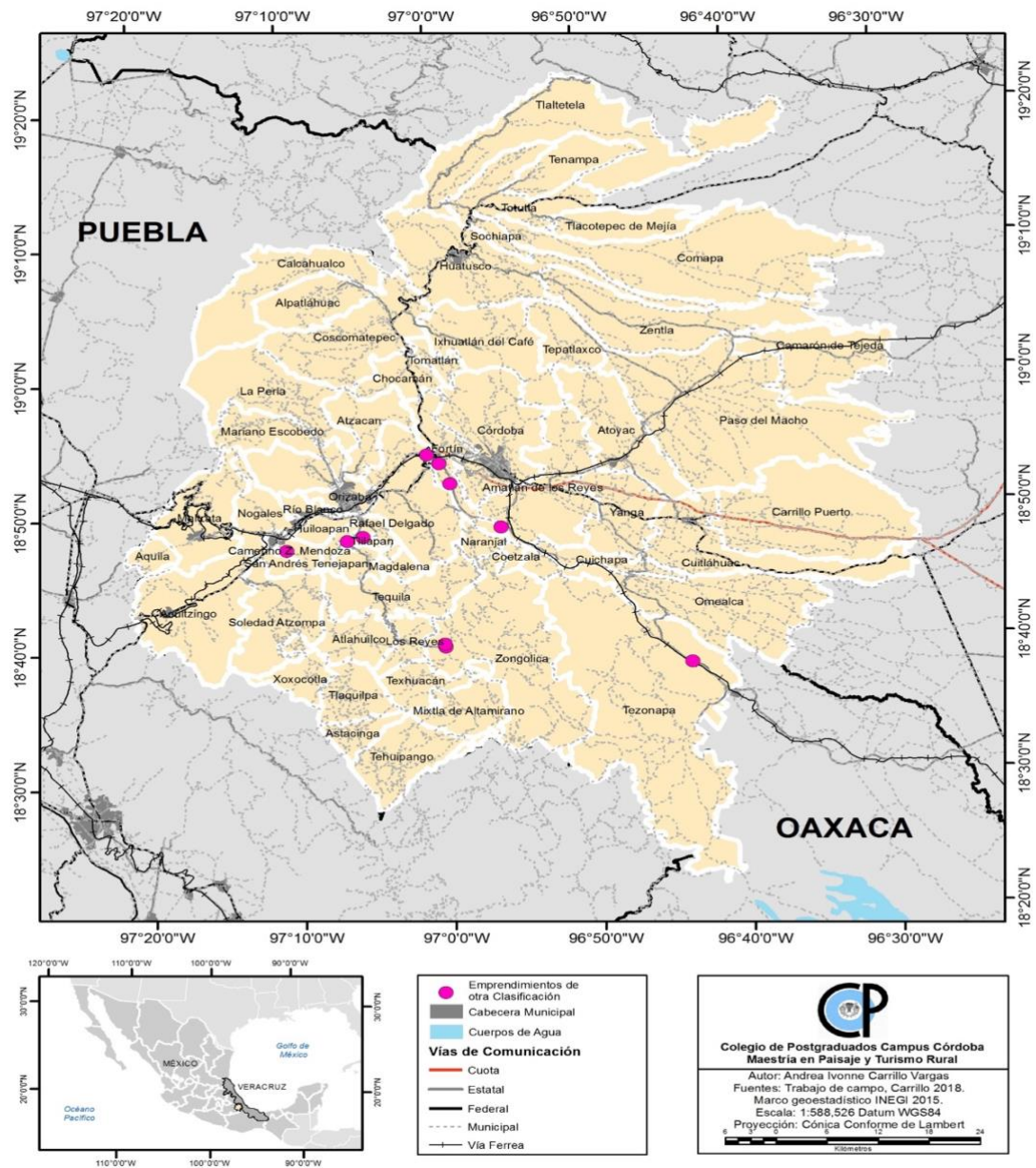


Figura 17. Mapa de Emprendimientos de Turismo Rural.

En la Figura 18 se observan los 4 emprendimientos de turismo rural. Estos emprendimientos se encuentran en diferentes etapas de consolidación, por ejemplo, algunas comunidades solamente cuentan con recorridos guiados, mientras que otras su oferta turística es amplia (alojamiento, comida y recorridos). Al menos dos de estas comunidades se encuentran en una fase inicial y las otras dos más avanzadas. Es notable la necesidad de capacitación y de promoción turística por parte de las autoridades locales e instituciones. Un factor muy favorable para estas comunidades es que se encuentran cercanas a grandes ciudades lo cual facilita su acceso, así mismo la incorporación de estos emprendimientos.



**Figura 18.** Turismo rural. **A)** Comida en casa anfitriona, Tepexilotla, Chocamán. **B)** Sendero, Coetzapotitla, Coetzala. **C)** Taller de gastronomía, Coetzapotitla.

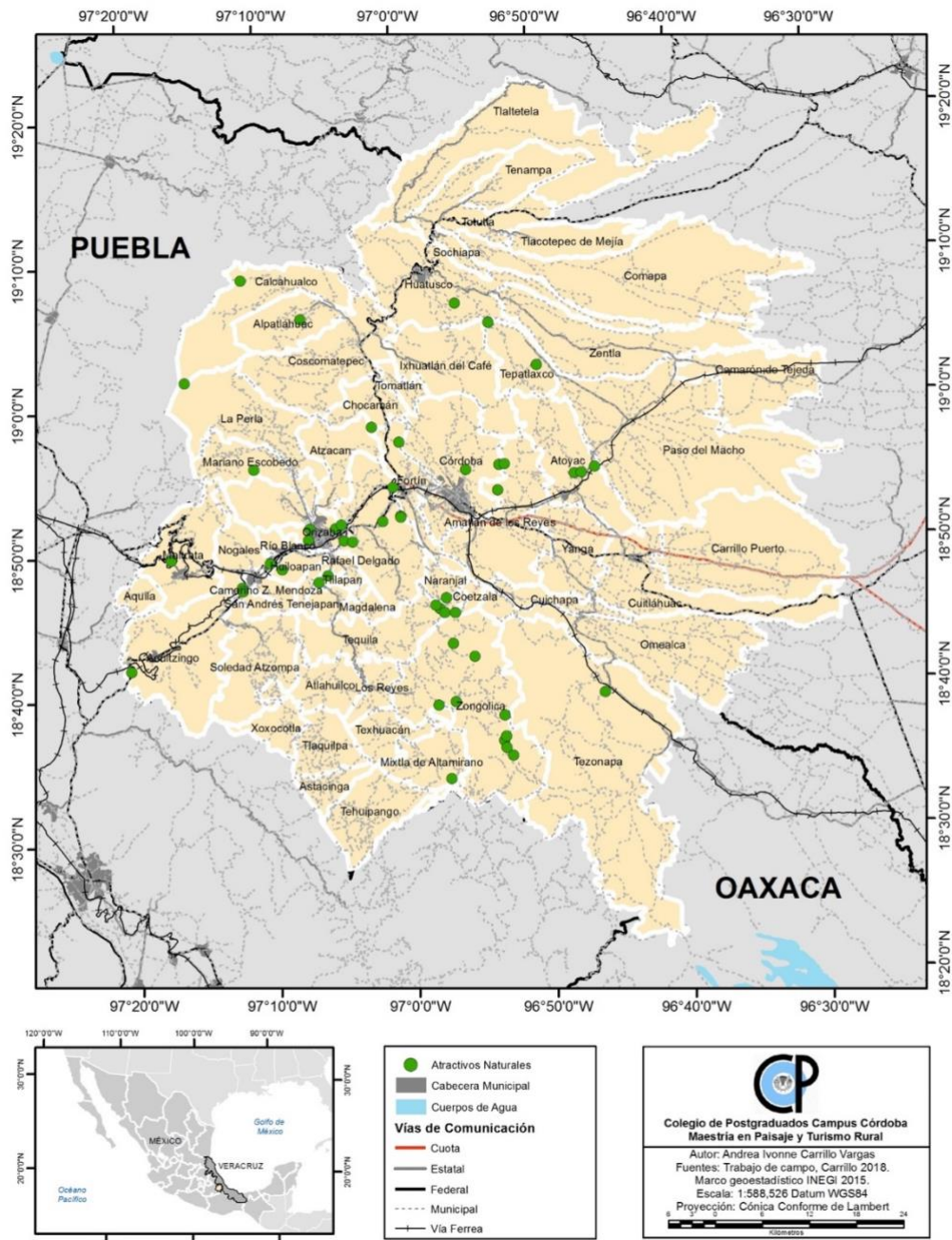


**Figura 19.** Mapa de Emprendimientos de otra clasificación.

En la Figura 18 se presentan 10 emprendimientos que no corresponden a la clasificación de turismo de naturaleza. Sin embargo, en el estudio los informantes clave los clasificaron como emprendimientos de turismo de naturaleza, en su mayoría estos son centros recreativos (albercas), pequeños hoteles, restaurantes, museos con un enfoque natural y jardines botánicos. Los centros recreativos a su vez se identifican como centros ecoturísticos, lo cual es erróneo porque ninguna de sus actividades se desarrolla en el ámbito turístico.



**Figura 20.** Otros emprendimientos. **A)** El jardín de la salud, Fortín. **B)** Museo Tatsugoro estudio de Bonsái Miguel Ros, Fortín.



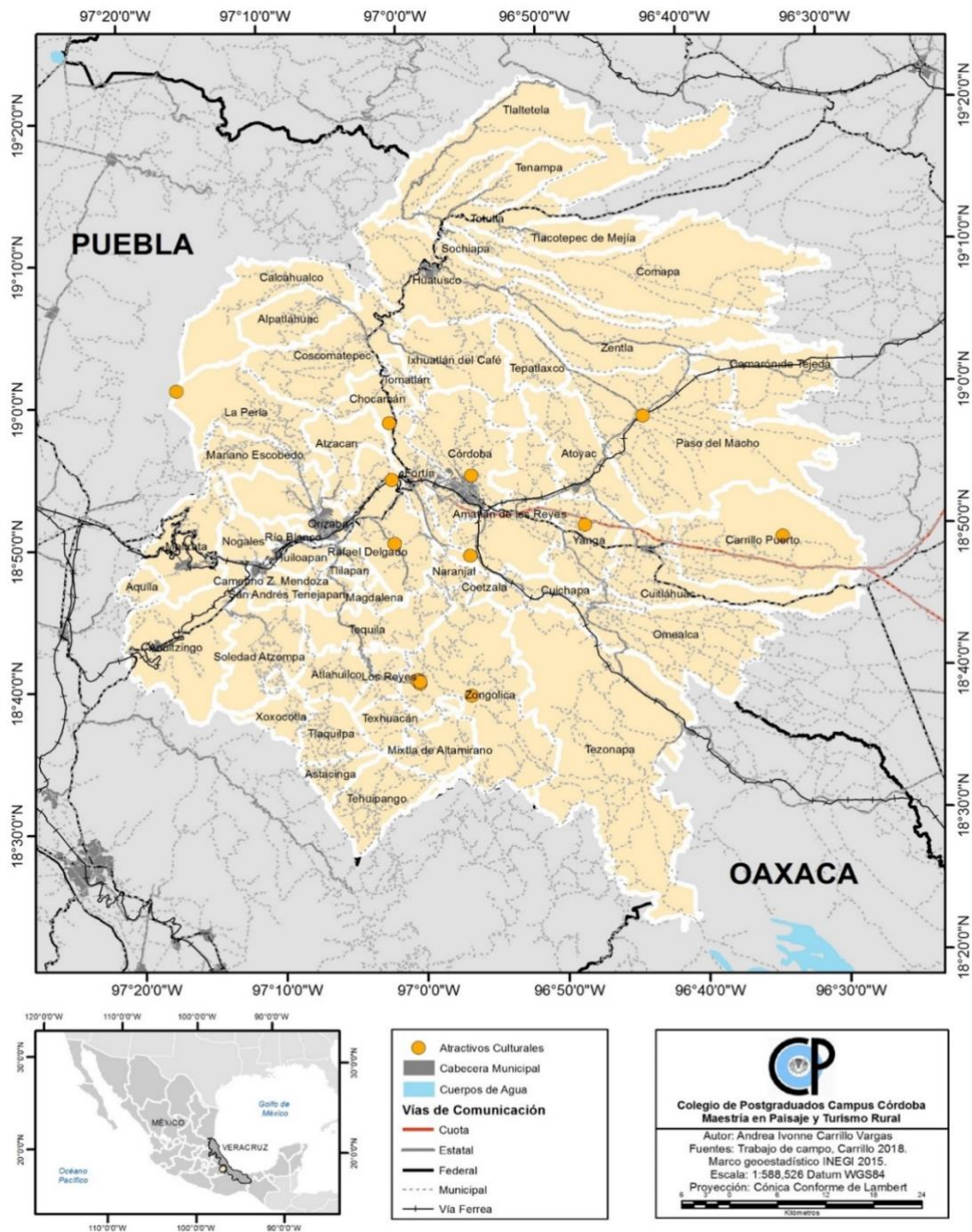
**Figura 21.** Mapa de Atractivos Naturales.

En la Figura 22 se observan 50 atractivos naturales verificados, siendo su mayoría cascadas, cuevas, lagunas, nacimientos de ríos, ríos; es decir, atractivos turísticos relacionados directamente con el recurso agua, siendo estos de mayor importancia en la RAMV. Un tema a considerar debido a su ubicación es que se encuentran cercanos a grandes ciudades, lo cual también implica ciertos problemas de contaminación para estos atractivos. La mayoría de estos atractivos turísticos son utilizados para actividades de turismo de aventura, siendo esta actividad la principal de la región de las Altas Montañas.



**Figura 22.** Atractivos Naturales. **A)** Los sifones, Ixtaczoquitlán. **B)** Laguna El Porvenir, Córdoba. **C)** Nacimiento del río Atoyac, Amatlán de los Reyes.



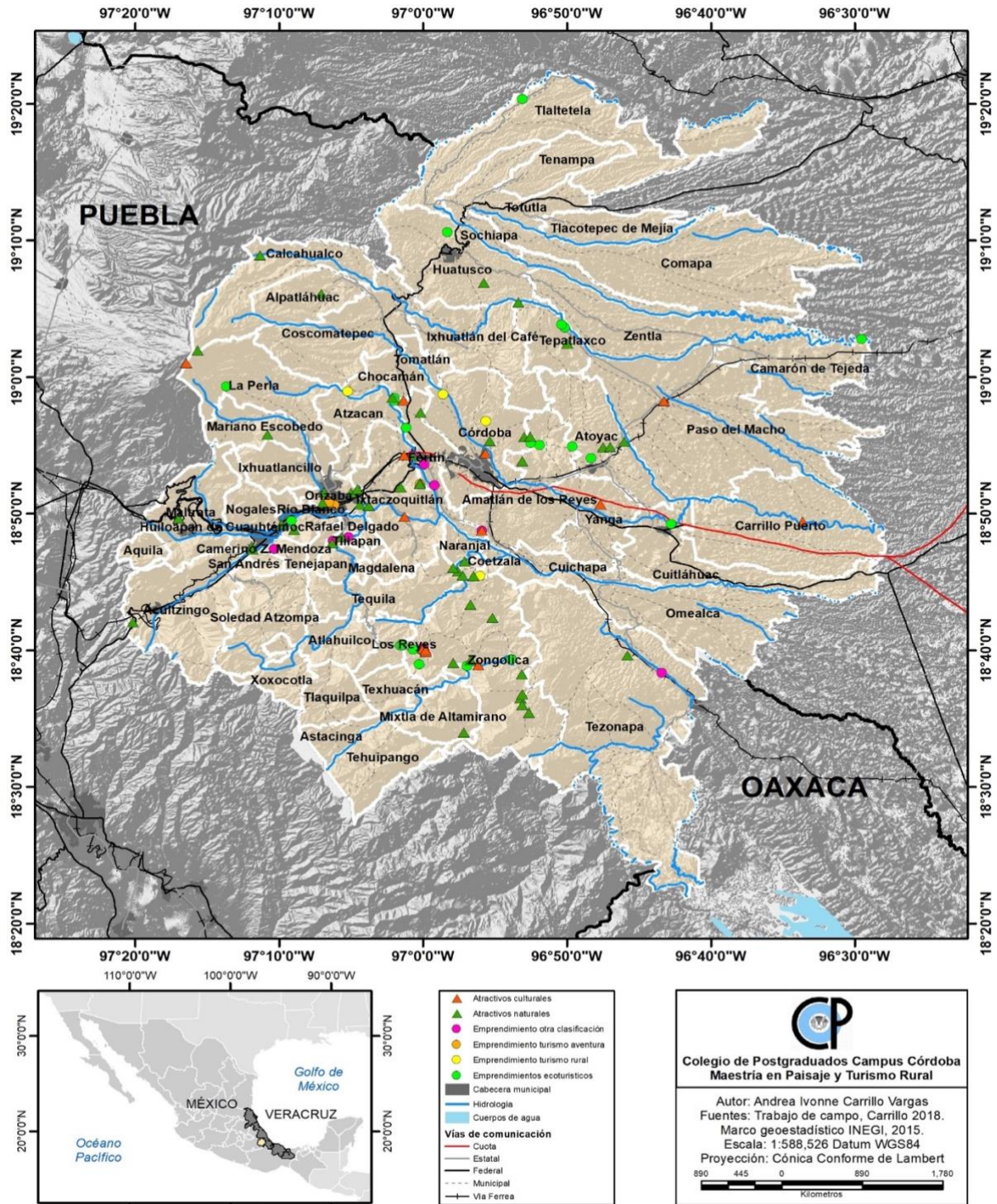


**Figura 23.** Mapa de Atractivos Culturales.

En la Figura 24 se muestran 16 atractivos culturales representando en su mayoría ex haciendas encontradas en toda la región, fiestas patronales, antiguas estaciones de ferrocarril. Estos atractivos culturales combinados con la gastronomía y los emprendimientos y atractivos turísticos de la región, diversifican y fortalecen la oferta turística actual.



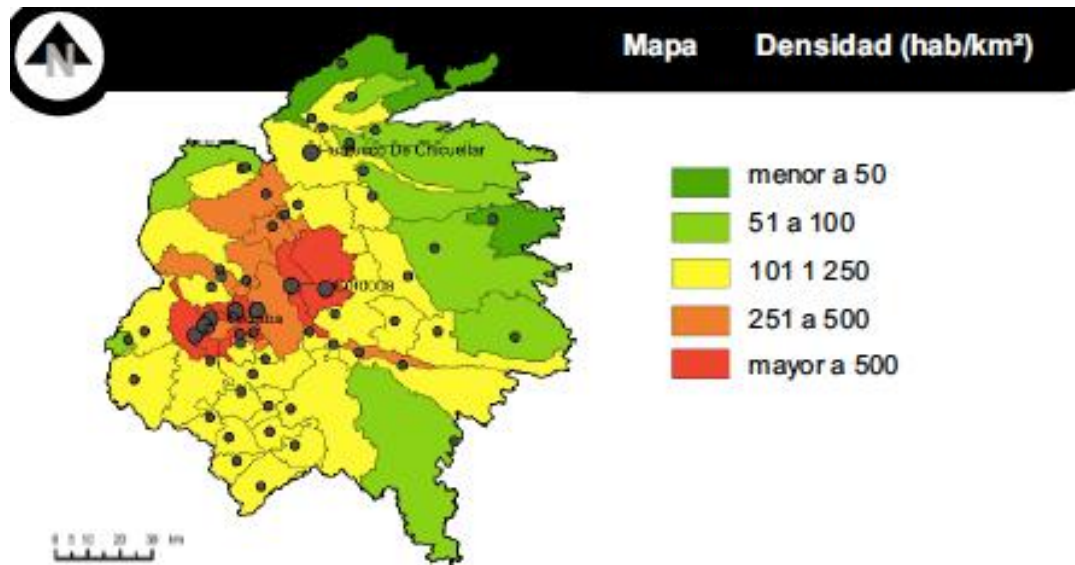
**Figura 24.** Atractivos Culturales. **A)** Ex hacienda de Guadalupe, Amatlán de los Reyes. **B)** Antigua estación del ferrocarril, Ixtaczoquitlán. **C)** Ex hacienda Toxpan, Córdoba.



**Figura 25.** Mapa de Emprendimientos y Atractivos de la región de las Altas Montañas de Veracruz.

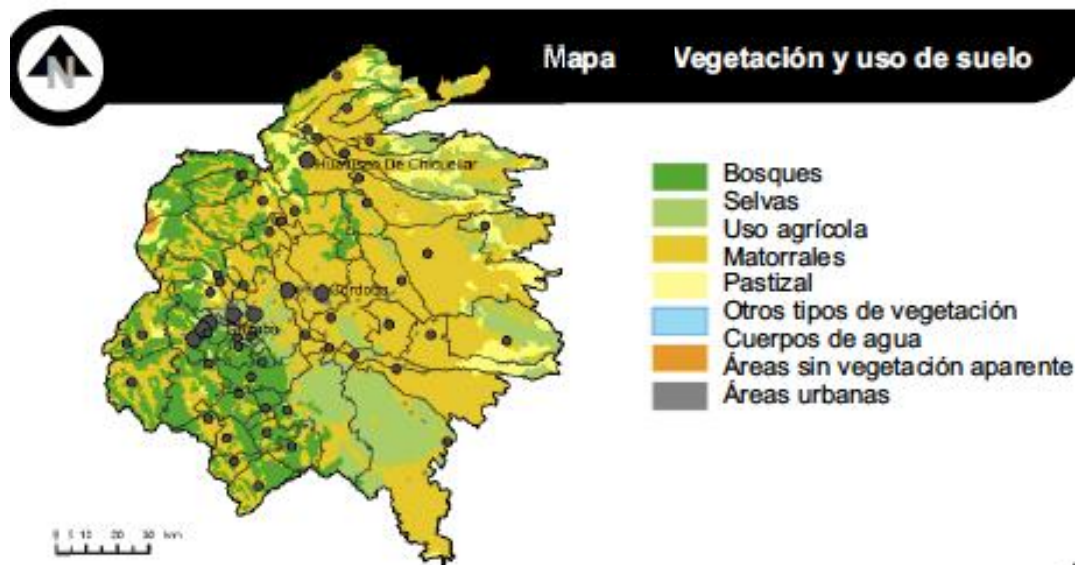
En base al análisis cartográfico y comparando el mapa de densidad (Figura 27) de la Secretaría de Finanzas (SEFIPLAN, 2010) se observa que la mayoría de los emprendimientos y atractivos turísticos se encuentran localizados en la zona centro-

montañosa de la RAMV. Esto se debe a que en esa zona se encuentra concentrada la mayor densidad poblacional en las grandes ciudades que cuentan con un turismo ya consolidado, por ejemplo, Orizaba, Coscomatepec, Córdoba, Fortín de las Flores e Ixtaczoquitlán; las dos primeras ciudades contando con el nombramiento de Pueblo Mágico.



**Figura 26.** Mapa de densidad de habitantes. Fuente: SEFIPLAN, 2010.

La Sierra de Zongolica también se destaca por sus atractivos turísticos de naturaleza, siendo estos operados por turoperadoras que en su mayoría radican en Orizaba. Otros atractivos y emprendimientos se encuentran en las faldas del Volcán Pico de Orizaba, siendo este el principal atractivo turístico de naturaleza en la región de las Altas Montañas. Como se muestra en la Figura 28, esto puede deberse a que estas zonas son las que cuentan con bosques y selvas, lo cual facilita encontrar este tipo de atractivos, a diferencia de la zona más baja de la región donde encontramos matorrales y pastizales.



**Figura 27.** Mapa de vegetación y uso de suelo. Fuente: SEFIPLAN, 2010.

En comparación con el estudio realizado por González (2018) en los Tuxtlas, que es un destino de turismo de naturaleza con características parecidas a la RAMV, se percibe que la problemática es similar, siendo las principales la falta de promoción, la inseguridad, la organización interna, las autoridades institucionales y los financiamientos. Esto pudiera reflejar la necesidad de una planificación turística de largo plazo en el estado de Veracruz.

De acuerdo con Rivera *et. al* (2018), las iniciativas de ecoturismo y turismo rural que identificaron, son un tanto comparables a las encontradas en este trabajo. Sin embargo, la manera de clasificar estas iniciativas cambia de acuerdo a la visión de los autores.

En base a los resultados encontrados por Rojas (2018), en el inventario turístico que realizó de Zongolica, encuentra 4 atractivos “excepcionales” capaces de traer turismo internacional, 7 atractivos “muy buenos” capaces de traer turismo nacional, 8 atractivos “buenos” que despiertan interés local; lo cual es de beneficio para fortalecer del turismo de naturaleza en la sierra de Zongolica.

### **4.3 Propuesta de productos turísticos de la región de las Altas Montañas de Veracruz**

En base a los resultados obtenidos a partir del censo realizado (Cuadro 13) y en base a la Figura 26, se proponen los siguientes productos turísticos considerando la cercanía a las ciudades, vías de comunicación, centros de hospedaje, entre otros.

#### **Ruta del Café**

##### **Día uno**

8:00 AM Desayuno en el centro de Córdoba.

9:00 AM Traslado a la Ex Hacienda de Guadalupe, ubicada en el municipio de Amatlán de los Reyes.

10:00 AM Recorrido guiado en la Ex Hacienda de Guadalupe para conocer la historia del café en la región de las Altas Montañas de Veracruz.

12:30 PM Salida a la comunidad de San Bartolo.

1:30 PM Recorrido guiado en la comunidad de San Bartolo para conocer el proceso del café a artículos terminados.

3:00 PM Comida tradicional en la comunidad de San Bartolo.

4:00 PM Salida a la comunidad de Tepexilotla.

5:00 PM Llegada a Tepexilotla y bienvenida por parte de la comunidad.

5:30 PM Tiempo libre para acomodo en la comunidad.

6:00 PM Recorrido guiado a los sembradíos de la comunidad (Milpa intercalada con árboles frutales) y visita en los alrededores (opcional).

7:00 PM Cena tradicional con los miembros de la comunidad.

8:00 PM Fogata con relato de leyendas locales.

##### **Día dos**

8:00 AM Desayuno tradicional con la comunidad de Tepexilotla.

9:30 AM Recorridos con diferentes grados de dificultad, tres opciones:

- Sendero de la comunidad al cerro donde se encuentra la piedra del “rey man” (ruta de alto grado de dificultad).
- Sendero de las “pirámides” (3 km, ruta de medio grado de dificultad).
- Sendero de los “charales” (2 km, ruta de bajo grado de dificultad).

12:30 PM Despedida de la comunidad y salida a la ciudad de Córdoba.

1:30 PM Llegada a Córdoba, fin del recorrido.



**Figura 28.** Ruta del Café. **A)** Taller de productos derivados de café. **B)** Recorrido por el cafetal. **C)** Bienvenida a Tepexilotla. **D)** Sendero de los “charales” en Tepexilotla.

## Ruta de la aventura

### Día uno

6:00 AM Salida de Orizaba a Zongolica.

7:00 AM Desayuno en el Restaurant Ecoturístico 88.

9:30 AM Sendero a la cueva de las golondrinas.

10:00 AM Visita al boquerón.

11:00 AM Sendero al nacimiento del río tonto.

11:30 AM Recorrido al interior de la cueva.

12:30 PM Retorno a Zongolica.

3:00 PM Llegada a Zongolica

3:15 PM Comida tradicional en el restaurante “Las Cazuelas”.

4:30 PM Salida a Orizaba.

6:00 PM Llegada a Orizaba, alojamiento y tarde-noche libre.

### Día dos

9:00 AM Desayuno en el mercado Cerritos.

10:00 AM Traslado al teleférico de Orizaba.

10:15 AM Subida en teleférico al cerro del Borrego.  
 10:45 AM Tirolesa en el cerro del Borrego.  
 11:45 AM Descenso del teleférico y comienzo del recorrido por el río Orizaba.  
 1:00 PM Traslado y recorrido en la laguna Ojo de Agua.  
 2:00 PM Comida tradicional en la laguna Ojo de Agua.  
 3:00 PM Fin del recorrido.



**Figura 29.** Ruta de la aventura. **A)** El Boquerón, Zongolica. **B)** Recorrido en el teleférico de Orizaba. **C)** Laguna Ojo de Agua, Orizaba.

## Ruta cultural y religiosa

### Día uno

9:30 AM Salida de Orizaba y traslado a la Ex hacienda de San José ubicada en Yanga  
 10:30 AM Recorrido en la Ex hacienda de San José y plática del Negro Yanga.  
 11:00 AM Salida a la Ex Hacienda de Guadalupe, ubicada en el municipio de Amatlán de los Reyes.  
 12:00 PM Recorrido guiado en la Ex Hacienda de Guadalupe.  
 1:30 PM Salida y recorrido a la Ex Hacienda de Toxpan ubicada en Córdoba.  
 3:00 PM Comida en el Jardín de la Salud ubicado en Fortín.  
 5:00 PM Salida y recorrido en la Ex hacienda de Monte Blanco ubicada en Monte Blanco, Fortín.  
 6:00 PM Salida a la sierra de Zongolica



8:00 PM Llegada y hospedaje en Cabañas de Jesús.  
9:00 AM Salida a la Iglesia de San Francisco de Asís.  
10:00 AM Visita a la escultura del Señor del recuerdo.  
11:00 AM Traslado y visita a la hacienda de Coyametla.  
1:00 PM Comida en el restaurante Las Cazuelas.  
3:00 PM Regreso a la ciudad de Orizaba.  
4:00 PM Fin del recorrido.



**Figura 30.** Ruta cultural y religiosa. **A)** Ex hacienda de Guadalupe, Amatlán de los Reyes. **B)** Cabañas de Jesús, Zongolica. **C)** Hacienda Coyametla, Zongolica.

## Ruta Pico de Orizaba

### Día uno

7:00 AM Salida de Orizaba al cerro del Tepoztécatl ubicado en Mariano Escobedo.  
8:00 AM Sendero a la cima del cerro del Tepoztécatl.  
10:00 AM Descenso del cerro.

11:00 AM Salida a La Cuchilla, La Perla.  
12:30 PM Sendero al emprendimiento de venta de truchas.  
1:30 PM Comida en las truchas de La Cuchilla.  
3:30 PM Descenso.  
4:00 PM Salida de Orizaba a Villas Pico, La Perla.  
5:00 PM Llegada a Villas Pico, recibimiento y platica por parte de los dueños.  
6:30 PM Acomodo en las cabañas de Villa Pico y tarde libre.

### Día dos

6:00 AM Salida en caballos y/o caminando a diferentes senderos propuestos por guías locales  
9:00 AM Salida a la Cueva Negra  
10:00 AM Recorrido en la Cueva Negra. Descanso y tomar un refrigerio.  
12:00 PM Regreso a Villas Pico  
2:00 PM Comida en Villas Pico  
4:00 PM Regreso a Orizaba. 5:00 PM Fin del recorrido.



**Figura 31.** Ruta Pico de Orizaba. **A)** Emprendimiento de truchas en La Chuchilla. **B)** Villas Pico, La Perla. **C)** Vista desde la Cueva Negra, La Perla.

## 5. CONCLUSIONES

El turismo de aventura es el sobresaliente en la Región de las Altas Montañas de Veracruz por la diversidad de actividades y servicios que ofrecen turoperadoras, siendo el atractivo principal el Pico de Orizaba y la Sierra de Zongolica.

El ecoturismo y el turismo rural son primigenios y tienen un gran potencial por desarrollar, lo que diversificaría la oferta turística del turismo de naturaleza, y complementaría la oferta turística regional actual que fundamentalmente es cultural.

La RAMV tiene emprendimientos, recursos y atractivos turísticos asociados a bosques conservados y fuentes de agua en municipios de alta densidad poblacional.

La RAMV podría hacer un aprovechamiento sustentable de sus recursos naturales y posicionarse como un destino turístico con reconocimiento nacional e internacional con una adecuada planificación.

Es necesaria una planificación turística regional que considere tanto a instituciones de los tres órdenes de gobierno como a los prestadores de servicios turísticos y todos los actores del sistema turístico donde se promueva la cultura turística en todos los actores de la cadena de valor.

## 6. LITERATURA CITADA

- Alcalá E., B., y L. López A., 2017. Zonas con potencial agroturístico en la región citrícola de Nuevo León, México: Un análisis a partir del álgebra de mapas. Cuadernos de Turismo. 39: 17-40.
- Altés C., 2008. Turismo y desarrollo en México. Banco Interamericano de Desarrollo. 42-70. URL: <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Turismo-y-desarrollo-en-México.pdf>. [Consultado: 27-Ene-19].
- Almagro F. y M. Venegas F., 2009. Crecimiento y desarrollo con sustentabilidad ambiental, un enfoque de cuentas ecológicas. Economía y Sociedad. 23: 79-103. URL: <http://www.redalyc.org/pdf/510/51011904005.pdf>
- Artavia R., 2000. Dinámica de los clústeres: una nueva inquietud de los gerentes. Serie Percepción Gerencial. 7. URL: [https://books.google.com.mx/books/about/Din%C3%A1mica\\_de\\_los\\_clusters.html?id=69m5AQAACAAJ&redir\\_esc=y](https://books.google.com.mx/books/about/Din%C3%A1mica_de_los_clusters.html?id=69m5AQAACAAJ&redir_esc=y). [Consultado: 03-Abr-17].
- Bargsted A., M., 2013. El emprendimiento social desde una mirada psicosocial. Civilizar. 13[25]: 121-132.
- Barrera E., y Muñoz R., 2003. Manual de Turismo Rural para micro, pequeños y medianos empresarios rurales. Programa de apoyo a la microempresa rural de América Latina y el Caribe.
- Benseny G., 2007. El turismo en México, apreciaciones sobre el turismo en espacio litoral. Aportes y Transferencias. 11(2): 13-34.
- Blanco R., 2006. El turismo de Naturaleza en España y su plan de impulso. Estudios Turísticos. 170: 7-38.
- Bringas N., y L. Ojeda R., 2003. Tourism, Protected Areas, Nature Conservation, and Sustainable Development in México. Protected Areas and the Regional Planning Imperative in North America, Canada. AGMV Marquis.
- Bringas, N. y L. Ojeda R., 2000. El ecoturismo: ¿una nueva modalidad del turismo de masas? Economía, Sociedad y Territorio. 2(7):373-403.
- Cánoves G., L., Herrera J., y M. Villarino P., 2005. Turismo rural en España: paisajes y usuarios, nuevos usos y nuevas visiones. Cuadernos de Turismo. 15:63-76.
- Ceballos G. y C. Arroyo J., 2012. Lista actualizada de los mamíferos de México 2012. Revista Mexicana de Mastozoología Nueva época. 1: 27-80.

- Cohen B., Smith B., and Mitchell R., 2008. Toward a sustainable conceptualization of dependent variables in entrepreneurship research. *Business Strategy and the Environment*. 17(2):107-119.
- Conti A., y I. Cravero S., 2010. Patrimonio, comunidad local y Turismo: la necesidad de planificación para el desarrollo sostenible. *Notas en Turismo y Economía*. 1: 31p.
- Cooper C., and C. Hall M., 2008. *Contemporary tourism: An international approach*. Oxford, Elsevier. 4th Edition. 375p.
- DATATUR, 2017. Oferta de servicios turísticos por Entidad Federativa. Portal del Sistema Nacional de Información Estadística y Geográfica de Turismo. URL: <https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/InventarioTuristico.aspx>. [Consultado: 10-Ene-2018].
- Díaz C., I.; A., 2012. Turismo de aventura y participación de las mujeres en Jacomulco (México). *Pasos revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. 10(5): 531-542.
- Espejo C., 2004. Campos de golf y medio ambiente. Una interacción necesaria. *Cuadernos de Turismo*. 14: 67-111.
- Ferrusquia V. I., 1998. Geología de México: una sinopsis. Diversidad biológica de México: orígenes y distribución. Instituto de Biología UNAM. México, D.F. 3-108.
- Flores A., C., V. Hernández R., J. P. Muñoz C., I. López H., E. Y. Mendoza M., 2012. Turismo alternativo como herramienta para el desarrollo local, el caso del Parque Nacional El Chico en el Estado de Hidalgo. *Revista de Investigación en turismo y desarrollo local*. 5[13]: 26p.
- García A., y Marquetti, H., 2005. Cadenas, redes y clústers productivos, aspectos teóricos. 21p. URL: [http://www.nodo50.org/cubasigloXXI/economia/galvarez\\_300806.pdf](http://www.nodo50.org/cubasigloXXI/economia/galvarez_300806.pdf). [Consultado: 04-Abr-17].
- Gerritsen P., M. Gutiérrez E., y A. Zepeda A., 2008. Turismo rural sustentable en la Costa Sur de Jalisco, Occidente de México. *Estudio Turísticos*. 178: 95-112.
- Gómez G. y A. Martínez., 2009. Alternativa para el turismo de naturaleza. Caso de estudio. Soroa. Pinar del Río. Cuba. *Pasos, revista de turismo y patrimonio cultural*. 7[2]: 197-218.
- Gómez M. F. C., J. C. García A., L. I. Trejo T., V. Morales R., C. G. García G., y J. A. Pérez S., 2013. Paisaje y turismo rural en México: fortalezas y desafíos para su potenciación. *Revista Mexicana de Ciencias Agrícolas*. 5: 1027-1042.

- Gómez P., A., 1978. Ecología de la Vegetación del Estado de Veracruz. 91 p. URL: [https://archive.org/stream/FloradeVeracruzascT/FloradeVeracruzascT\\_djvu.txt](https://archive.org/stream/FloradeVeracruzascT/FloradeVeracruzascT_djvu.txt) [Consultado: 30-Abr-17].
- Gómez D. J., V. Torres J. C., y V. Miguel A. E., 2017. El clúster turístico de un destino cultural en México: su ciclo de vida y la red de actores. Cuadernos de Turismo. 39: 265-285.
- Gómez J., 2003. Ecoturismo de aventura: un turismo regional asociativo. Turismo y sociedad. 2: 75-82.
- González E., 2012. Turismo Rural Sustentable, propuesta en la Comunidad Rural de San Javier, Municipio de Cucurpe Sonora, México. Palermo Business Review. 6: 53-72.
- Gutiérrez M. y Gerritsen P., 2007. Desarrollo Rural Endógeno y Turismo Rural en la Comunidad Indígena de Cuzalapa, Municipio de Cuautitlán, Jalisco. XXVI Congreso de la Asociación Americana de Sociología. URL: <http://cdsa.academica.org/000-066/382.pdf>.
- Harris R., Griffin T. y Williams, P., 2002. Sustainable Tourism: A Global Perspective. Ed. Elsevier Science. 334p.
- Huesca T. U., 2017. Construcción de capacidades en turismo alternativo en Yucatán como un aporte a la sostenibilidad regional. 63p.
- Ibáñez P. M., 2011. Diagnóstico de la calidad y competitividad del sector turístico en México. Cuadernos de Turismo. 28:121-143.
- Ibáñez R. y I. Rodríguez V., 2012. Medio ambiente y política turística en México. 17-33.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), 2010. Extensión de México. URL: <http://cuentame.inegi.org.mx/territorio/extension/default.aspx?tema=T>. [Consultado: 19-Mar-17].
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI), 2017. Regiones naturales y biogeografía de México. 37p. URL: <http://www.inegi.org.mx/inegi/SPC/doc/internet/regionesnaturalesbiogeografiamexico.pdf>. [Consultado: 04-Mar-17].
- Instituto Nacional para el Federalismo y el Desarrollo (INAFED), 2017. Regionalización. URL: <http://siglo.inafed.gob.mx/enciclopedia/EMM30veracruz/regionalizacion.html> [Consultado: 10-Abr-17].

- Kotler P. y K. Lane, 2006. Marketing Management 12<sup>th</sup>ed. Ed. Pearson Education. México. 12:816p.
- López S., C., A. Mazariegos S., y A. I. Milla S., 2016. Aciertos y retos de la oferta turística actual del turismo de naturaleza y ecoturismo en el municipio de Ocosingo, Chiapas en México. *Revista Turismo y Desarrollo*. 9(21): 22p.
- Mantero J., C., R. Dosso y M. Bertoni, 1998. Recursos turísticos regionales: proyecto y realización. *Aportes y Transferencias*. 11-36.
- Martín J., 2011. Potencial Turístico de los recursos naturales de los espacios Rurales de Extremadura. *Revista de Estudios Económicos y Empresariales*. 23:93-122.
- Martínez Q. V., 2017. El turismo de naturaleza: un producto turístico sostenible. *Arbor Ciencia Pensamiento Cultura*, 193(785):1-14. <http://dx.doi.org/10.3989/arbor.2017.785n3002>
- Monti A., 2007. Características geológicas, zonificación y usos de costa. URL: <https://www.hitpages.com/doc/6290839135322112/18/>. [Consultado: 03-May-17].
- Montaño A., A., C. Pérez J., y De la O B., 2014. Reposicionamiento para destinos turísticos consolidados. *Cuadernos de Turismo*. 33:271-295.
- Mora B. A., 2006. Factores ambientales del turismo sustentable, y el enfoque de planeación estratégica. *Contribuciones a la Economía*. 17p. URL: <http://www.eumed.net/ce/2006/amb.htm>. [Consultado: 18-Abr-17].
- Muñoz R., 2011. El turismo de naturaleza en México, realidades y retos. *In: Turismo Rural en México complemento o exclusión en el desarrollo territorial rural*. Ed. Colegio de Postgraduados. Puebla, Puebla. 376p.
- Navarro D., 2015. Recursos turísticos y atractivos turísticos: conceptualización, clasificación y valoración. *Cuadernos de Turismo*. 35:335-357.
- Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE), 2017. Estudio de Revisión de la Política de Turismo de México. 36p.
- Osorio G., M., M. Amores E., S. Barquín R., y C. Soto I. Y., 2017. Perfil del visitante de naturaleza en Latinoamérica: prácticas, motivaciones e imaginarios, estudio comparativo entre México y Ecuador. *Pasos*. 15: 713-729.
- Partido S., D., M. de Miguel G., D. Betancourt P., Y. Bravo S., 2009. Procedimiento para incorporar atractivos culturales a productos turísticos territoriales. *Revista de Investigación en Turismo y Desarrollo Local*. 2[5]: 25p.

- Pérez C., S., A. Hidalgo V., S. Balaguer G., y E. Pérez C., 2009. Emprendimiento económico y social en España. Guía de recursos para jóvenes emprendedores/as. Instituto Max Weber. 110p.
- Pérez H. I. y D. E. Gibaja R., 2018. Evaluación turística de la región ACY: inventario turístico y de prestadores de servicios. *Agroproductividad*. 11(8): 109-116.
- Poon A., 1993. *Tourism, technology and competitive strategies*. CAB International. Oxon. University of Minnesota. Vol. 2. 370p.
- Propin F., E., A. Sánchez C., I. Alvarado, S., 2017. Niveles de selectividad territorial de los destinos turísticos en México. *Cuadernos de Turismo*. (39):495-250. DOI: <http://dx.doi.org/10.6018/turismo.39.290671>
- Propin F., E., y A. Sánchez C., 2007. Tipología de los destinos turísticos preferenciales en México. *Cuadernos de Turismo*. 19: 147-166.
- Real Academia Española, 2001. *Diccionario de la Real Academia Española*. 22p.
- Rivera J. E., 2015. Flora, vegetación y priorización de áreas de conservación del Parque Nacional Cañón del Río Blanco, Veracruz, México. Tesis doctoral. 264p.
- Rivera J. E., J. A. Pérez S., G. Alcántara S., R. Servín J., y C. G. García G., 2018. El ecoturismo y el turismo rural en la región de las Altas Montañas de Veracruz, México: potencial, retos y realidades. *Agroproductividad*. 11[8]: 129-135.
- Ruiz S. D., 1997. Programa de ecoturismo en áreas naturales protegidas de México. 7-8.
- Salleras L., 2011. Territorio, turismo y desarrollo sustentable en la quebrada de Huamahuaca. *Estudios y Perspectivas en Turismo*. 20: 1123-1143.
- Sancho J. y M. Reinoso D., 2012. La delimitación del ámbito rural: una cuestión clave en los programas de desarrollo rural. *Estudios Geográficos*. 73: 599-624.
- Sampieri H., R., C. Fernández C., y M. P. Baptista L., 1991. *Metodología de la investigación*. McGrawHill. 613p.
- Secretaría de Finanzas y Planeación, 2017. Plan Veracruzano de Desarrollo 2016-2018. URL: <http://www.veracruz.gob.mx/wp-content/uploads/sites/2/2017/01/Presentacion-Lineamientos-PbR.pdf>. [Consultado: 11-Feb-2018].
- Secretaría de Gobernación, 2012. Programa de Turismo Alternativo y Patrimonial de la Ciudad de México. *Gaceta Oficial del Distrito Federal*. 1279: 68-85. URL:



- <http://www.ordenjuridico.gob.mx/Documentos/Estatal/Distrito%20Federal/wo67904.pdf> [Consultado: 15-Mar-17]
- Secretaría de Turismo (SECTUR), 2004. Turismo alternativo una nueva forma de hacer turismo. 60p. URL: <http://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/03/Turismo-Alternativo-una-nueva-forma-de-hacer-turismo.pdf>. [Consultado: 10-Feb-17].
- Secretaría de Turismo (SECTUR), 2006. El turismo de naturaleza: retos y oportunidades. 17p. URL: <https://manuelmiroglio.files.wordpress.com/2011/05/el-turismo-de-naturaleza-en-mexico.pdf>. [Consultado: 16-Mar-17].
- Secretaría de Turismo (SECTUR), 2011. Regiones Turísticas. URL: <http://www.veracruz.gob.mx/turismo/regiones-turisticas/>. [Consultado: 10-Feb-17].
- Soto I., M., C., G. Vergara R., y A. García S. 2009. Cultura turística en el Puerto de Veracruz. *Revista Turismo y Desarrollo*. 2(6): 13p.
- Tamayo D., E., A. Sosa M., y G. Munguía A., 2016. Turismo Alternativo: ¿Actividad para el desarrollo a nivel local o para la sustentabilidad o para la sustentabilidad ambiental? 21º Encuentro Nacional sobre Desarrollo Regional en México. 23p.
- Toledo M. V., 2000. La Paz en Chiapas: Ecología. Luchas indígenas y modernidad alternativa. Ed. Quinto Sol, UNAM. México D.F. 256pp.
- Torres E., 2006. Turismo sustentable: turismo alternativo, ecoturismo y turismo rural. *In: Desarrollo económico y proceso legislativo*. 374p. URL: <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/7/3479/34.pdf>. [Consultado: 04-Abr-17].
- Varisco C., 2009. Clusters basados en recursos turísticos culturales. *Boletín Gestión Cultural*. 18: 6p.
- Villalobos C., E., G. Galdeano E., y B. Tolón A., 2009. Demanda turística internacional por turismo de naturaleza en Costa Rica: indicadores demográficos y de condición de viaje. *Ciencias Económicas* 27(2):75-103.
- Zúñiga B. F. G., 2014. Las transformaciones del territorio y el patrimonio cultural en el Totonacapan Veracruzano, México, basadas en la actividad turística como estrategia de desarrollo regional. *Cuadernos de Turismo*. 34: 351-372.

## 7. ANEXOS

### Anexo 1. Cuestionario aplicado a informantes clave

QUESTIONS

RESPONSES

45

# Turismo de Naturaleza de la Región de las Altas Montañas de Veracruz, México



El Colegio de Postgraduados Campus Córdoba a través de la Maestría en Paisaje y Turismo Rural realiza el estudio exploratorio "Turismo de Naturaleza en la Región de las Altas Montañas de Veracruz", que es conducido por la estudiante Andrea Ivonne Carrillo Vargas, con el objetivo de conocer los emprendimientos, recursos y atractivos de esta actividad económica complementaria. La información obtenida se usará únicamente con propósitos académicos. Comentarios al 2711805756; o bien a carrillo.andrea@colpos.mx

En esta primera etapa tendremos un listado general; enseguida categorizaremos y evaluaremos. Le estaremos informando.

Email address \*

Valid email address

This form is collecting email addresses. [Change settings](#)

<http://www.colpos.mx/wb/index.php/inicio-mptr-cordoba>



Edad \*

- 15-24
- 25-34
- 35-44
- 45-54
- 55-64
- +65
- Other...

¿En qué municipio vives? \*

Short-answer text

---

Ver el video antes de responder las preguntas



¿Cuales emprendimientos de turismo de naturaleza conoce en la Región de las Altas Montañas de Veracruz? \*

Realice un listado de los emprendimientos que conoce en la Región de las Altas Montañas de Veracruz; entre paréntesis ponga una referencia para cada emprendimiento. Por ejemplo, Villas Pico de Orizaba (La Perla), Playa La Junta (Amatlán de los Reyes). Considere su municipio y en general la región de las Altas Montañas. Por favor incluya los más que recuerde.

Long-answer text

---

¿Cuales atractivos turísticos conoce en la Región de las Altas Montañas de Veracruz? \*

Realice un listado de los atractivos que conoce en la Región de las Altas Montañas de Veracruz entre paréntesis ponga una referencia para cada emprendimiento. Por ejemplo, la cascada de atlahuitzía (Zongolica), el nacimiento del río Atoyac, las Grutas de Galicia (Ixtaczoquitlán). Considere su municipio y en general la región de las Altas Montañas. Por favor incluya los más que recuerde.

Long-answer text

---

Escriba el nombre de las festividades que Usted conozca que se celebren en la región. \*

Por ejemplo, San Miguel Arcángel (29 de septiembre) en Orizaba. Considere su municipio y en general la región de las Altas Montañas. Por favor incluya las más que recuerde.

Long-answer text

---

¿Considera que la Región de las Altas Montañas de Veracruz tiene potencial en turismo de naturaleza? \*

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

Muy en desacuerdo

Muy de acuerdo

En apoyo a su respuesta anterior, comente por qué

Long-answer text

---

Image title



## **Anexo 2.** Relación de comentarios adicionales en la aplicación del cuestionario

Con sólo hacer mención de "altas montañas " hace alusión a la gran diversidad de especies que residen en ella y que pueden derivar en varias actividades en pro de su conocimiento y conservación.

Son espacios geográficos no alterados por el hombre y que pueden traer recursos económicos a la sociedad de la región.

Debido a que está dotado de vegetación para el senderismo, fauna para el avistamiento y recursos para el hospedaje.

Por la gran diversidad cultural y natural que tiene. Hace especial y de gran potencial por donde se mire.

Existen gran cantidad de atractivos naturales potencial para el desarrollo del turismo.

Porque tiene todo lo necesario para el turismo de naturaleza.

Derivado de las diferencias fisiográficas, sociales y de hechos históricos en el área.

Muchos lugares abandonados que son atractivos turísticos internacionales.

Las condiciones meteorológicas y la gran cantidad de fauna y flora ofrecen las condiciones idóneas para el establecimiento de emprendimientos de turismo alternativo. Además de la existencia de grupos étnicos y gran riqueza cultural, lo cual contribuye a una riqueza tanto natural como cultural.

Esta zona tiene un gran potencial turístico y cuenta con los recursos naturales necesarios para que se lleven a cabo proyectos de impulso al turismo de naturaleza.

Somos una región rica en diversidad natural, la belleza del paisaje es en sí un atractivo por el que las personas eligen la zona para vacacionar. La riqueza tanto natural como cultural permite ofrecer diversidad de actividades, atractivos, para los visitantes.

Es vasta la oferta natural de la región.

Considero que es una región con muchos lugares por descubrir es rica en flora y fauna con abundantes, ríos, arroyos y la zona montañosa la hace ideal para el turismo de naturaleza.

Colombia denominó su paisaje cafetalero como patrimonio cultural de la humanidad y comparado con esta región tenemos también el potencial para sacarle provecho. Toda la región goza de un clima agradable, pertenece a la franja de Bosque de Niebla lo que le da belleza visual aunado a la vegetación que se tiene, los enormes arboles de liquidámbar, los bosques de bambúes, el ecosistema de niebla como tal, la topografía que presenta da pauta al senderismo, al ciclismo, etc. El potencial para el turismo ornitológico, la historia propia de la región en torno al desarrollo de la cafecultura, las ex haciendas, etc. Plantear una ruta desde Zongolica hasta Coatepec estaría genial.

Porque tiene una gran cantidad de recursos naturales.

Porque sí.

La riqueza cultural y natural que cuenta las altas montaña puede potencializar el desarrollo comunitario de las comunidades.

Porque hay una amplia gama de recursos naturales y culturales que pueden ser utilizados para atraer turismo.

En la región existen muchos lugares naturales que se pueden ofertar como atractivos turísticos, y así poder activar la economía de una manera responsable.

Por su historia y por la flora y fauna que hay en la región.

Muchos lugares muy bellos.

Muy buenos lugares.

Por las sanas naturales y la fauna y flora en abundancia.

Posee buenos emprendimientos y atractivos turísticos, sin embargo, hace falta invertirle al mejoramiento de carreteras y caminos rurales además de adecuar los lugares de alojamiento y servicio de restaurante para una mejor atención.

Por su belleza natural de lugares y mucha montaña, y se disfrutar un aire puro.

Se cuenta con recursos naturales, así como la conservación de sus costumbres y tradiciones.

Existen varios lugares de la región que no son conocidos por lo mismo que no se le ha puesto mucho empeño en explotarlos turísticamente para que la gente los conozca, sin embargo en la actualidad nuestro alcalde, el C.P. Miguel Ángel Castelán Crivelli le

está poniendo mucho interés en dar realce a los sitios con los que cuenta nuestro municipio, para que más gente lo conozca, lo visite y aparte de que se lleve una buena impresión del municipio, se deje una derrama económica en los sitios donde visite la gente y esto ayude en el desarrollo de la población.

Tenemos una de las mejores regiones con un clima húmedo favorable para los turistas con muchos atractivos que se pueden aprovechar si se logra un trabajo en unión con los municipios, si se lograra dicha unificación tendríamos varios productos turísticos potenciales en la región de las altas montañas embargo no contamos con la infraestructura en algunos de los municipios ni la apertura para trabajar en equipo.

Tenemos todos los recursos turísticos como potencial turístico.

Estamos rodeados de cerros, montañas y lagos. Tenemos en esta zona mucho lugar verde para hacer actividades deportivas, extremas y de ambiente familiar.

Tiene mucha flora y fauna y lugares para conocer.

Mucho potencial, Tlilapan es la puerta de entrada a las altas montañas y el municipio se encuentra rodeado por diferentes ayuntamientos muy diversos.

Hay muchas actividades que se pueden desarrollar mucho enfoque a la naturaleza que se puede aprovechar diferentes formas de conocer la naturaleza.

La región de las altas montañas está compuesta por inmensos cerros que guardan riquezas naturales como cuevas, ríos, cascadas, manantiales y al complementar todo ello con el turismo rural (contacto con la cultura en un ambiente rural, conociendo la vida, historia y costumbres de estos lugares) se crea un conjunto de riquezas que crean atractivos de gran valor). Tenemos todos los elementos para atraer al turismo que busque estar en contacto con espacios verdes.

La región de las altas montañas tiene mucho potencial turístico debido a que cuenta con infinidad de lugares interesantes que visitar y descubrir, desde muchas maravillas naturales, historias, tradiciones, gastronomía, etc.

Hace falta impulso, pero tiene mucho potencial, sobre todo el senderismo ya que últimamente está muy presente.

Porque tiene mucha naturaleza que aún no ha sido explotada y que muchos no conocemos.

El municipio cuenta con una gran variedad de atractivos turísticos que aún no se han reconocido como tal, por la falta de infraestructura. Pero no deja de ser un lugar lleno de riqueza natural, con gente dispuesta a recibir con los brazos abiertos a los turistas.

Porque cuenta con bellezas naturales que aún no han sido explotadas para el turismo y llaman mucho la atención a nivel nacional e internacional.



### **Anexo 3. Turismo de Naturaleza en el Parque Nacional Nahuel Huapi, Argentina**

El turismo rural surge en los años cincuenta en la Unión Europea como una alternativa para recuperar las zonas rurales afectadas por la segunda guerra mundial, años después se crea la organización *Gites de France*, la cual agrupaba establecimientos rurales que ofrecían alojamiento; sin embargo, es hasta finales de los ochentas cuando el turismo rural adquiere gran relevancia al impulsarse la Política Agropecuaria Común (PAC) de la Unión Europea.

En América Latina a partir del año 2000 los gobiernos adecuan sus políticas hacia una estrategia de desarrollo rural integrado basado en el enfoque territorial debido a la ausencia de desarrollo, las condiciones de pobreza y exclusión de gran parte de las comunidades rurales. Así es como el incremento del turismo rural surge por la crisis sectorial que motiva a los agricultores y ganaderos a buscar otras alternativas y la visualización de una demanda creciente (Craviotti, 2002).

En Argentina, debido a la crítica situación de la década de los noventa en el sector agropecuario fue lo que dio impulso al turismo rural, convirtiéndose en algunos casos como la única manera viable de mantener sus establecimientos. Entre las primeras iniciativas de turismo rural en Argentina se destacan las de la región patagónica que comienzan como una solución ante la caída de los precios de la lana (actividad principal de la Patagonia) (Barrera, 2006).

Argentina cuenta con diversas instituciones públicas vinculadas al turismo rural: Secretaría de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentos de la Nación (SAGPyA), el Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria (INTA), la Secretaría de Turismo de la Nación (SECTUR), el Proyecto Nacional de Turismo Rural – PRONATUR (SAGPyA – SECTUR – INTA).

A su vez se cuentan con diversas leyes: Ley Nacional de Turismo N°25.997, Legislación ambiental vinculada al turismo, provincias que cuentan con leyes que regulan el turismo rural, normas de calidad IRAM-SECTUR (Román, 2009).

Una de las instituciones públicas muy importantes en Argentina es el INTA, este se encarga de contribuir al desarrollo sostenible del sector agropecuario, agroalimentario y agroindustrial (INTA, 2019), una de las ramas de investigación de esta institución es el turismo rural, ellos se encargan de enviar a técnicos en turismo rural a capacitar a los emprendimientos de turismo rural en toda Argentina y de darles un continuo

seguimiento durante los años posteriores hasta alcanzar una etapa de desarrollo exitoso.

Derivado de la investigación realizada en la presente tesina, se realizó una estancia de investigación comprendida de junio a septiembre de 2018 en la Escuela Argentina de Negocios, ubicada en la ciudad de Buenos Aires, Argentina; parte de esta estadía fue conocer el caso de éxito de un grupo de turismo rural llamado “Cultura Rural Patagónica” con sede en la provincia de Río Negro.



**Figura 32.** Mapa de Argentina con división política.

Para conocer a las familias que integran este grupo de turismo rural, se viajó a la ciudad de Bariloche en el período comprendido del 28 de Julio al 5 de Agosto de 2018, fecha en la que coincidió con la Fiesta Nacional de la Nieve, en el centro cívico de Bariloche se encontraron *stands* donde diferentes municipios y provincias promovían en su mayoría actividades de turismo y donde el grupo “Cultura Rural Patagónica” también se encontró presente promoviéndose turísticamente, vendiendo artesanías y medicina tradicional.

Se realizaron entrevistas semiestructuradas a los integrantes de las 6 familias y se obtuvieron los siguientes resultados:

Este grupo de turismo rural cuenta ya con 10 años realizando prácticas de turismo rural en los parajes rurales de esta provincia, un punto a favor de este grupo de turismo

rural es que se encuentran muy cercanos a la ciudad de San Carlos Bariloche, la cual es una ciudad que se ha distinguido por sus centros de esquí.

Durante los meses de junio a octubre (invierno en Argentina) el principal atractivo turístico en Bariloche es el Cerro Catedral donde se encuentra el centro de esquí más famoso de Argentina, por lo cual dentro de estos meses se lleva a cabo la Fiesta Nacional de la Nieve, significa un área de oportunidad para el grupo de turismo rural ya que la oferta turística que ellos tienen se desarrolla en los meses posteriores al invierno y permite el regreso de turistas a la provincia.



**Figura 33.** Visita al stand del grupo de turismo rural.

El grupo de turismo rural está conformado por 6 familias, las cuales ofrecen diversas actividades: cabalgatas, caminatas, ciclismo, avistamiento de aves, pesca; así mismo, algunas familias ofrecen servicios de alojamiento, ya sea en sus casas o cuentan con espacios para acampar.

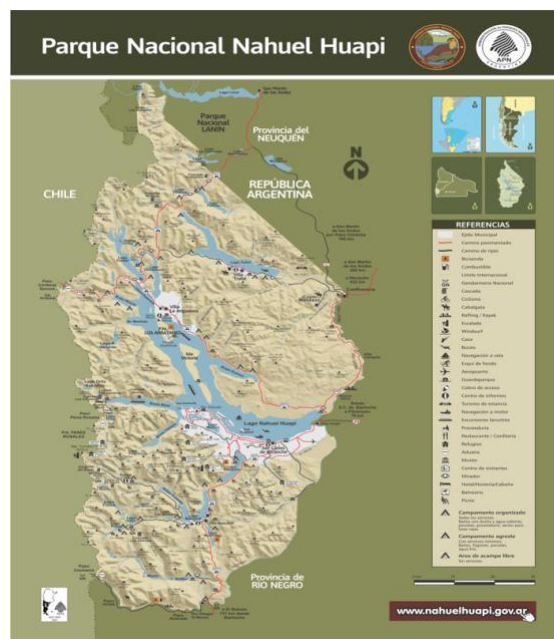
Estas familias han contado con el apoyo del gobierno municipal, han obtenido acceso a recursos económicos para el acondicionamiento de sus instalaciones y para su promoción turística (un claro ejemplo de esto, es su *stand* en la Feria Nacional de la Nieve), así mismo han contado con el apoyo del INTA.

Una de estas familias que integra el grupo de turismo rural son los Vera, el emprendimiento de esta familia ofrece servicios de cabalgatas guiadas, alojamiento en cabaña, comidas caseras, artesanías en lana de oveja, pesca en el río Ñirihuau; así mismo este emprendimiento se encuentra inmerso dentro de una de las zonas de conservación del Parque Nacional Nahuel Huapi.



**Figura 34.** Establecimiento de la Familia Vera

El Parque Nacional Nahuel Huapi (PNHH) se encuentra ubicado en la región andino-patagónica de la República Argentina, es el primer Parque Nacional de Sudamérica, surgido a partir de la donación de 7,500 hectáreas al Estado Nacional Argentino en el año 1903, actualmente el Parque cuenta con una superficie de 717, 261 hectáreas quedando en los límites del Parque los municipios de San Carlos de Bariloche, Villa La Angostura y la comuna de Villa Traful (Administración de Parques Nacionales, 2019).



**Figura 35.** Mapa del Parque Nacional Nahuel Huapi.  
Fuente: Parque Nacional Nahuel Huapi, 2018.

La Familia Vera comentaban que desde hace varios años atrás tenían la problemática de que el Estado Argentino despojaba a los Pueblos originarios (en el caso de la familia Vera son mapuches) de sus tierras si estos se encontraban inmersos dentro de los Parques Nacionales, pero que en los últimos 15 años se han formado diversos movimientos para favorecer a los Pueblos originarios y recuperar las tierras que les fueron arrebatadas.

El PNHH tiene un caso muy particular, ya que pertenece a dos jurisdicciones: la provincia Río Negro y Neuquén, lo cual también complica la situación, ya que cada provincia se maneja de diferente manera y tienen intereses diferentes; a pesar de esto se ha establecido una política de “co-manejo” la cual rechaza la idea de que los Parques Nacionales deben de encontrarse aislados y acepta que los Pueblos originarios deben de ser vistos como “naturalmente” protectores del medio ambiente.

A raíz de todo esto, las acciones que se han llevado a cabo por parte de la Administración de Parques Nacionales a pesar de ser pocas han tenido algún significado para estos movimientos de acuerdo con la opinión de la familia Vera, ya que se les ha permitido a los mapuches regresar a habitar sus tierras cumpliendo con una serie de requisitos para la convivencia armoniosa dentro del PNHH, por ejemplo, un listado con los animales que se pueden cazar, el tipo de agricultura que se puede dar dentro del parque, las condiciones de construcción de sus cabañas, entre otros. En cuanto al turismo, este se puede practicar en los Parques Nacionales sin mayor problema, debiendo pagar la cuota por ingreso al Parque Nacional (dependiendo de la actividad que se realice), pero para realizar turismo rural con la familia Vera no es necesario cubrir ninguna cuota ni avisar a la administración el ingreso al parque.

El grupo de turismo rural que se visitó definitivamente es un caso de éxito, ya que se demuestra que el turismo rural se convirtió en una opción secundaria para el desarrollo económico de estas familias ya que no dejaron de practicar sus actividades principales (ganadería y agricultura), se nota que existe un compromiso por parte del grupo y de las autoridades encargadas del turismo y se percibió la ausencia de conflictos.

Como conclusión, comparando la situación del turismo rural en Argentina y el PNHH con México encontramos que los Parques Nacionales que se encuentran inmersos en la región de las Altas Montañas de Veracruz cuentan con lineamientos para la

conservación ambiental, sin embargo, estos no se cumplen en su totalidad por diversos factores. No existe una cultura de conservación ambiental por parte de los pobladores ni de los turistas con los Parques Nacionales, mucho menos con los atractivos turísticos de la región, estos puntos han sido considerados como una gran problemática, pero deberían de observarse como áreas de oportunidad donde aplicando las metodologías en los Parques Nacionales Argentinos se pudiera mejorar la situación actual de estos.

En cuanto al turismo rural en la región de las Altas Montañas es incipiente debido a que no se cuenta con el apoyo de instituciones como el Instituto Nacional de los Pueblos Indígenas o como los gobiernos municipales, se han presentado casos de desvíos de recursos o de desinterés en mejorar el desarrollo económico de estas comunidades, también otro punto a considerar es la falta de interés por parte de algunos pobladores, ya que no se encuentran bien informados con todos los beneficios que el turismo conlleva.