



El turismo en zonas costeras. Iniciativa de desarrollo local con pequeñas empresas

Tourism in coastal areas. Local development initiative with small
businesses

María Beatriz García Saltos

Oswaldo Domínguez Junco

Marigreysi Labrador Afre

Fecha de recepción: 4 de Enero de 2017
Fecha de aceptación: 18 de Enero de 2017

El turismo en zonas costeras. Iniciativa de desarrollo local con pequeñas empresas

Tourism in coastal areas. Local development initiative with small businesses

María Beatriz García Saltos¹, Osvaldo Domínguez Junco², y Marigreysi Labrador Afre³

Como citar: García, M., Domínguez, O., Labrador, M. (2017). El turismo en zonas costeras. Iniciativa de desarrollo local con pequeñas empresas, *Revista Universidad de Guayaquil*. 125(2), 1-12. DOI: <https://doi.org/10.53591/rug.v125i2.379>

RESUMEN

Las zonas costeras contienen todo tipo de recursos de interés para el turismo. Los componentes bióticos y abióticos se entrelazan en ecosistemas únicos que proporcionan abundante diversidad biológica, con ambientes, marinos y terrestres a su vez, refugios de flora y fauna típica, especies de aves transeúntes, combinados con el atractivo espacio de sol y playa, abundante brisa y un aroma peculiar, junto al ir y venir de pescadores y comerciantes, cuya idiosincrasia difiere del ambiente de una ciudad y/o área rural o intramontana, proporcionan un rico valor cultural atractivo al visitante. La investigación ofreció variantes que permiten la promoción del turismo para el desarrollo local en esos lugares, especialmente en las pequeñas comunidades. De manera reiterada sus propios habitantes desconocen el tesoro que poseen. Para ello, se profundizó en temas relacionados con el turismo y sus necesidades más exigentes hoy en día, así como los valores que atesoran esas áreas y que constituyen una atracción sin precedentes. La creación de empresas turísticas pequeñas y respetuosas con el medio ambiente, puede ser un motor del desarrollo local. Se aplicaron métodos teóricos de investigación documental, así como empíricos basados en la observación y encuestas, mediante muestreo aleatorio simple en dos comunidades costeras: una cubana y otra ecuatoriana. Se ofrecen ideas generales, aplicables a cualquier zona costera, especialmente a las tropicales y subtropicales del planeta y muy puntualmente, en aquellas que cuentan con ecosistemas de manglares.

Palabras clave: zonas costeras, turismo, ecosistemas de manglares, desarrollo local, pequeña empresa.

ABSTRACT

The coastal zones are interesting sites, because they contain all kinds of resources that are of interest to tourism. Biotic and abiotic components are intertwined in unique ecosystems, that provide abundant biological diversity, with environments, marine and terrestrial in turn, refuges of typical flora and fauna, with species of passerby birds, combined with the attractive space of sun and beach, the abundant breeze with a peculiar aroma, the coming and going of fishermen and merchants, whose idiosyncrasy differs

¹ Doctora - PhD, Universidad Metropolitana del Ecuador, Ecuador. Correo electrónico: bachygar@hotmail.com

² Doctor - PhD, Universidad de Pinar del Río, Cuba. Correo electrónico: osvaldo254@yahoo.com

³ Doctora, Universidad de Pinar del Río, Cuba. Correo electrónico: marigrey@princesa.pri.sld.cu

from the environment of a city and rural area or intramontane, providing a rich cultural value that attracts the visitor. This investigation offered variants that allow the promotion of tourism for local development in these places, especially small communities, since at times, their own inhabitants are unaware of the treasure they have. In order to do this, it was involved in matters related to tourism and its most demanding needs today, as well as the values that treasure those areas and that constitute an unparalleled attraction. The creation of small, environmentally friendly tourist businesses can be a driving force for local development. Historical methods of documentary research were applied, as well as empirical ones based on the observation and surveys, through simple random sampling in two coastal communities, one Cuban and one Ecuadorian, offering general ideas applicable to any coastal zone, especially, those of the tropics and subtropics of the planet and very punctually, in those that count on wonderful ecosystems like mangroves.

Key words: coastal zones, tourism, mangroves ecosystems, local development, small business.

INTRODUCCIÓN

Los ambientes marino-costeros son algunas de las áreas más biológicamente diversas del planeta. En ellas habitan muchas especies de flora y fauna, proporcionando servicios ecosistémicos importantes, incluyendo la regulación del clima y la protección de las cuencas hidrográficas en general. Cientos de millones de personas viven en o cerca de áreas marinas costeras. La presión de desarrollo sobre ellas, especialmente en los países en desarrollo, es intensa. Los ambientes marino-costeros son muy atractivos para el creciente sector del turismo naturalista. Aprovechar sus atractivos es una forma de contribuir a la conservación de estos valiosos ecosistemas, así como al desarrollo local de las comunidades que los habitan. El buen manejo del turismo puede ser un medio importante para proporcionar un desarrollo económico y un empleo sostenible en estas áreas, preservando al mismo tiempo su valor natural.

En el contexto actual, los destinos turísticos se han convertido en un espacio incluido en las agendas de los gobiernos nacionales y locales para el progreso de sus territorios. Son contemplados como una solución alternativa a la necesidad de renovar sus economías, en aras de asegurar un crecimiento sostenible, preservar su la identidad y mejorar la calidad de vida de los habitantes de la comunidad.

Es objetivo general del presente trabajo diseñar alternativas y herramientas para la implementación de ideas generales para la promoción del turismo, como una forma efectiva de desarrollo local en las comunidades costeras. Con ello se intenta contribuir a solucionar la problemática del insuficiente desarrollo turístico en algunas zonas costeras ecuatorianas, principalmente por desconocimiento de sus pobladores acerca de los recursos que poseen y su posible aprovechamiento de manera sostenida, mediante

actividades turísticas. Como principales resultados se proporcionaron las bases para la creación de pequeñas empresas que trabajen respetuosas con el medio ambiente. Por ello, no se requiere de un estudio de impacto ambiental.

DESARROLLO

1. Fundamento teórico

1.1 Turismo

En las Recomendaciones sobre Estadísticas Turísticas (RET, 1994), la Organización Mundial del Turismo (OMT), intentó concebir un concepto multidisciplinario - económico, sociológico, psicológico y geográfico-, del turismo. Entendió por tal aquellas acciones “realizadas por personas durante sus desplazamientos y estancias en lugares distintos de su entorno habitual durante un período consecutivo de menos de un año por motivos de ocio, de negocios o de cualquier otra índole no relacionados con [...] Ejercicio de una actividad remunerada en el lugar visitado.” La definición es ampliada más adelante por la propia OMT al considerar que “El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de personas a lugares que están fuera de su lugar de residencia habitual por razones personales o profesionales / profesionales. Los visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas, residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, algunas de las cuales implican un gasto turístico.”

1.1.1 El turismo sostenible

La conocida como Carta de Lanzarote (Islas Canarias, 1995), fue elaborada por los asistentes a la Conferencia Mundial de Turismo Sostenible. La misma expresa que el turismo es un poderoso instrumento de desarrollo, puede y debe participar activamente en la estrategia de desarrollo sostenible. Una buena gestión del turismo requiere garantizar la sostenibilidad de los recursos de los que depende. El turismo sostenible puede definirse como aquel que “tenga plenamente en cuenta los impactos económicos, sociales y ambientales actuales y futuros para satisfacer las necesidades de los visitantes, la industria, el medio ambiente y las comunidades de acogida” (OMT, 1995).

Las directrices para el desarrollo sostenible del turismo y las prácticas de gestión sostenible se aplican a todas las formas de turismo, en todos los tipos de destinos, incluidos el turismo de masas y los diversos segmentos turísticos. Los principios de sostenibilidad se refieren a los aspectos ambientales, económicos y socioculturales del desarrollo turístico. Es necesario lograr un equilibrio apropiado entre estas tres dimensiones para asegurar su sostenibilidad a largo plazo.

La OMT continúa proponiendo que el turismo sostenible debe:

- 1) Aprovechar al máximo los recursos ambientales, un elemento fundamental del desarrollo turístico, manteniendo procesos ecológicos esenciales y ayudando a conservar los recursos naturales y la diversidad biológica.
- 2) Respetar la autenticidad sociocultural de las comunidades de acogida, preservar sus bienes culturales y arquitectónicos y valores tradicionales, y contribuir a la comprensión intercultural y la tolerancia.
- 3) Garantizar actividades económicas viables a largo plazo que proporcionen beneficios socioeconómicos bien distribuidos a todos los actores, incluidas las oportunidades de empleo estable y los ingresos y servicios sociales para las comunidades de acogida. Contribuir a la reducción de la pobreza.

El desarrollo del turismo sostenible requiere la participación informada de todas las partes interesadas pertinentes, así como un liderazgo político fuerte para la colaboración de base amplia y la creación de consenso. El turismo sostenible debe reportar un alto grado de satisfacción a los turistas y representar para ellos una experiencia significativa que los haga más conscientes de los problemas de sostenibilidad y fomente prácticas de turismo sostenible.

1.2 Tipología del turismo

García (2000) clasifica la tipología del turismo según las variantes de este. El especializado, por ejemplo, comprende: Turismo de aventura y cruceros; el Ecoturismo: Turismo rural; Agroturismo; el Turismo de salud; el Turismo de negocios; el Turismo Cultural, el Turismo de Deportes, entre otros.

Por otro lado, Ochoa y López (2010) proponen que los tipos turísticos se denominen actividades de interés y preferencias del turista. Lo ejemplifican como sigue: Turismo de masas -sol y playa, deportes, entre otros-, Individual o no; Turismo de intervención; Turismo de los operadores turísticos; Turismo cultural -Urbano: principalmente ciudades Patrimonio de la Humanidad, Monumental o vinculado a monumentos histórico-artísticos lejos de centros poblacionales importantes-; Turismo Arqueológico o relacionado con la exploración y búsqueda de sitios, Funerario o vinculado con cementerios o campos sagrados; Turismo de Compras (Turismo comercial): Turismo Etnográfico o relacionado con las costumbres y tradiciones del pueblo: según Castillo (2013), este tipo de turismo engloba la serie de actividades que realiza el turista durante sus viajes, sea o no el caso en que el turista hace el viaje expresamente para poder realizar ese tipo de actividad.

Las actividades pueden ser muy diversas, dependiendo de una serie de variables o criterios, como la zona geográfica preferida del turista -se refiere al tipo de lugar y lugar de destino al que se dirige el turista-, la duración del viaje, el alquiler del turista -lo que depende de su poder adquisitivo-, la motivación del viaje, entre otros. De acuerdo con estas variables o criterios, las actividades realizadas en los viajes pueden ser religiosas, culturales, de entretenimiento, musicales, deportivas, comerciales, de congresos, de ocio, relacionadas con la salud, entre otras Castillo (2013). El autor continúa argumentando que esta serie de actividades son las que dan origen a las denominadas tipologías turísticas que pueden ser muy variadas, tales como: turismo de negocios, convenciones, congresos e incentivos; también conocido como turismo MICE (Reuniones, Incentivos, Convenciones y Exposiciones); Cultural, gastronómica, enológica, musical, industrial, etnográfica, arqueológica, idiomática, salud y belleza, religiosa, natural, activa, rural, comercial o comercial ... y muchas más tipologías dependiendo de todas las actividades realizadas durante los viajes.

En general, los autores coinciden en que las modalidades de turismo corresponden al tipo de actividad a realizar, entre las más comunes actualmente: Turismo de ocio o sol y playa; Turismo científico; ecoturismo; Viaje de aventura; Turismo agrícola, rural o agroturístico; Turismo cultural; Turismo histórico; Turismo religioso; Turismo gastronómico; entre otros.

1.3 Potencial Turístico

Según Maass (2009), mencionado para Covarrubias (2015), el potencial turístico de una región depende de la valoración que se haga de sus recursos, así como del nivel de estructuración de sus atractivos en los productos turísticos. Por su parte, Zimmer y Grassmann (1996) de LEADER II y LEO, lo plantean como un análisis de las fortalezas y debilidades del territorio ante el examen de oportunidades y riesgos, es decir, la implementación de una matriz FODA.

La SECTUR (2002), menciona que la identificación del potencial turístico de una región o municipio es la base de la toma de decisiones para continuar con la planificación y conformación del producto turístico, en caso de validar su posibilidad en una primera evaluación o de focalización, junto con la detección de otra actividad económica, alternativa según su vocación productiva, en caso de carecer de potencial turístico.

Para identificar el potencial turístico de un territorio, es necesario elaborar un inventario de los recursos con los que cuenta un área determinada, conocer las características de los

mismos, y luego realizar un análisis de dicho inventario. Tabares (2003), citado por Covarrubias (2015), afirma que el inventario turístico consiste en una colección útil y fácil de interpretar, que permite conocer los atractivos de la región. Esta información se almacena en “fichas” que agrupan datos de localización, descripción del sitio, características geográficas y climáticas, historia, instalaciones, servicios, infraestructura y accesibilidad, entre otros datos.

Por otro lado, Barrera (2006), citado por Blanco (2008) y por Covarrubias (2015), sostiene que una visión errónea del potencial turístico local, puede conducir a un sobredimensionamiento de proyectos con efectos negativos sobre el medio ambiente - contaminación, degradación de sitios naturales-, o sobre la actividad económica del territorio -dependencia, aumento del costo de vida, endeudamiento de los municipios.

Una deficiente percepción de las características y especificidades del territorio impide la elaboración de una oferta turística local original, diferenciada de los territorios competidores que se encuentran al mismo nivel. La falta de conocimiento de las características de la clientela y de las tendencias del mercado es perjudicial para el desarrollo de productos turísticos impulsados por la demanda.

1.4 Destino turístico

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2005), un destino turístico es un espacio físico en el que el visitante pasa al menos una noche. Incluye productos turísticos como servicios de apoyo, atracciones y recursos turísticos, en un radio que le permite ir y volver en el día. Tiene límites físicos y administrativos que definen su gestión e imágenes y percepciones, que determinan su competitividad en el mercado.

La OMC ha identificado tendencias marcadas en el cambio en las habilidades del turismo. En respuesta a esas tendencias, el mercado está dando mayores oportunidades a nuevos destinos nacionales y emergentes dentro de las diferentes regiones. Ello ha impulsado la diversificación del producto turístico y la creciente competencia entre destinos.

Sin embargo, para lograr un desarrollo turístico equilibrado es necesario intervenir y actuar sobre todo lo que significa destino, entendido como un espacio geográfico, social y económico con ciertas cualidades, de las que se ofrecen experiencias turísticas a sus visitantes, pero también oportunidades y calidad de vida a sus habitantes.

Por su parte, Ritchie y Crouch (2003) afirman que los elementos que conforman un destino turístico son: recursos naturales, infraestructura y superestructura, sectores operativos y recursos culturales. Los recursos naturales están constituidos por cualquier

área disponible para su uso y que pueden ser disfrutados por los turistas. Incluye clima, geografía de la región, flora, fauna y cuerpos de agua, playas y belleza natural.

Un destino turístico es el lugar donde se realiza la actividad turística. Es decir, es el lugar adonde la gente va a hacer uso de la oferta turística y todos los elementos que lo componen. Los destinos turísticos pueden ser de gran diversidad, según la experiencia que busca el turista. Ejemplo: playa, montaña, nieve, histórico, entre otros.

1.5 Turismo en el desarrollo de la comunidad local

Es el turismo, como actividad económica y social, una de las vías posibles de tomar por una comunidad a la búsqueda de un desarrollo local, integrando a su destino, recursos, atracciones, activos y la suma de sus actores. La Comunidad Local es el motor que impulsa o, en su ausencia, retrae, todos los emprendimientos, estrategias y políticas relacionadas con la gestión del desarrollo de su destino (Gallardo, 2014).

Dado que local es un concepto relacionado con un espacio más amplio: la región, su desarrollo implica o se deduce de lo regional, pero con un énfasis más marcado en la comunidad. Así, la identidad, la sinergia y la hospitalidad local le dan el potencial para desarrollarse, a través del turismo, en un destino. Para materializar los destinos, se definen políticas y estrategias con respecto al funcionamiento de sus empresas turísticas. Es necesario tener el apoyo y el conocimiento de los profesionales de ese campo para hacer un trabajo realmente útil para la localidad.

En cada destino turístico hay varios grupos de actores: profesionales, agencias, turistas y la comunidad. En consecuencia, un autor define “el turismo como práctica social materializada en los destinos turísticos, origina una multiplicidad de relaciones a partir de las diversas interrelaciones” (Rodríguez et al., 2011), mencionado por Gallardo (2014).

Es importante establecer prioritariamente, en términos de desarrollo turístico, una planificación participativa estratégica, apoyándose en proyectos nacidos de la conciencia y reconocimiento del papel de los actores locales.

La consolidación del trabajo vinculado entre profesionales, agencias y la comunidad es la forma más positiva y profunda de generar un desarrollo turístico duradero. También es necesario reconocer que, como actividad dinámica y en constante cambio, es el turista quien demanda nuevas formas de alojamiento, actividades y, en definitiva, nuevos tipos de turismo, entre los que se cuentan aspectos culturales, gastronómicos y cuanto se relaciona con la comunidad local.

Es esa una tendencia actual y prospectiva.

2. Resultados y discusión del estudio comparado

Se realizó un muestreo aleatorio simple en dos comunidades costeras, una en la provincia de Pinar del Río, Cuba y otra en el archipiélago de Jambeli, en Ecuador. Se entrevistó a residentes y gobiernos locales. Se aplicó encuestas a una muestra seleccionada en cada comunidad.

Tamaño de la muestra para las encuestas (n), para $\alpha = 0,05$; $\$ P \$ = 1,95$.

Comunidad cubana (1): población total: 58, n = 50 Comunidad

ecuatoriana (2): población total: 34, n = 30 Resultados

procesamiento de encuestas.

Cuadro 1. Datos generales de la encuesta para las dos comunidades

Datos generales	Comunidad 1 (n = 50)	Comunidad 2 (n = 30)
Sexo	Sexo F (30); M (20)	F (18); M (12)
Escolaridad	P: 15; S: 15; P-U: 10; ES: 5; SE: 5	P: 10; S: 8; P - U: 2; SE: 10
Ocupación	Ocupación Pescadores: 21; estudiantes: 18; Amas de casa: 10; Líder: 1	Pescadores: 8; Amas de casa: 8, estudiantes: 12; Líder: 2

Fuente: Elaboración propia.

Leyenda:

F-femenino; Masculino

P- Primario; S secundario; P-U-universidad; S-superior; WE-sin estudios.

En la Tabla 1, en cada comunidad estudiada, el sexo femenino es la mayoría, aunque en general el género es bastante equilibrado. Resultados de Rodríguez (2003) y Rodríguez et al. (2005), mostraron que el sexo femenino es más sensible a colaborar con temas de conservación ambiental e ideas para el turismo local. La escolarización resultó de mayor nivel en la comunidad cubana, cuestión garantizada por el contexto y los estudios gratuitos en ese país. Típico de las zonas costeras, los pescadores son la mayoría, abundando también las amas de casa.

Tabla 2. Resultados de los cuestionarios en cada comunidad estudiada

Preguntas	Comunidad 1 (%)	Comunidad 2 (%)
1. Grado de incentivo para el desarrollo turístico	0: 25 1: 75	0: 30 1: 80
2. Conocimiento de las atracciones turísticas de su comunidad	0: 40 1: 60	0: 50 1: 50
3. Conocimiento del servicio al cliente	0: 95 1: 5	0: 90 1: 10

4. Conocimiento de la administración administrativa, regulatoria y legislativa	0: 85 1: 15	0: 95 1: 5
5. Ideas emprendedoras	0: 75 1: 25	0: 60 1: 40

Fuente: Elaboración propia.

Leyenda: Valoración por preguntas: entre 0 y 1, siendo 1 el valor más alto

La Tabla 2 muestra resultados interesantes para cada pregunta de la encuesta. En general, hay un alto grado de incentivo en ambas comunidades para desarrollar el turismo, ambas conocen sus atractivos aceptablemente. Pese a ello, muestran falta de conocimiento el servicio al cliente, la gestión empresarial y administrativa, las regulaciones y legislación, y un bajo porcentaje también en ideas empresariales.

Las entrevistas se realizaron principalmente a pescadores y amas de casa, así como a representantes del gobierno local, con los resultados generales, similares a encuestas, sin embargo, el gobierno local, se inclina a apoyar el espíritu empresarial en este sentido, especialmente, aquellos que están relacionados con el sector del turismo.

Con los datos obtenidos en ambos estudios, se elaboró una matriz FODA con los aspectos generales superpuestos, cuyos resultados fueron:

Fortalezas:

- Hay incentivos para el desarrollo del turismo en las comunidades.
- Aunque requiere profundización, un buen porcentaje conoce las atracciones turísticas de su comunidad.
- Apoyo del gobierno local.

Oportunidades:

- La demanda nacional e internacional de turismo natural local, con énfasis en las áreas costeras.
- Apoyo de universidades y entidades del sector turístico.

Debilidades:

- Desconocimiento sobre administración de negocios, administración, regulaciones y legislación; para iniciar pequeñas empresas.
- Escaso grado de emprendimiento en la mayoría de los habitantes.

Amenazas:

- Necesidad de búsqueda de Financiamiento.
- Sistematización en las tareas.

- Tiempo para dedicarse al entrenamiento en el principio.

De todo el estudio realizado se derivaron alternativas que fueron puestas en manos de la comunidad y el gobierno, así como otros actores involucrados como universidades de la provincia y Ministerio de Turismo.

Propuesta de alternativas o ideas generales emanadas del estudio.

1. El gobierno local y los dirigentes comunitarios identificados coordinarán con las entidades universitarias y del sector turístico para desarrollar el plan de diagnóstico y capacitación, basado en las brechas de conocimiento identificadas y otras que se consideren de interés.
2. Basarse en la metodología de Lalangui (2017), adaptada de Cabanilla (2013), que simplifica las reuniones en dos talleres y una vía de salida, con el fin de garantizar la asistencia de todos los actores a los talleres programados de diagnóstico y formación, así como el recorrido por el área para identificar potencialidades.
3. Incluir en el programa de capacitación, temas de liderazgo, emprendimiento, basado en el desarrollo local, estudios de mercado simples, capacidad de carga turística en el área, además de las brechas detectadas en el servicio al cliente, administración de negocios, regulaciones y legislación.
4. Coordinar con las instituciones del gobierno local para la creación de pequeñas empresas turísticas, apoyo financiero y aspectos de legalización.
5. Desarrollar proyectos sencillos para cada empresa que se pretende crear.

Posibles Pequeñas Empresas

1. Gastronomía: Un pequeño restaurante con comida típica, con condiciones higiénicas, idiosincrasia culinaria y excelente atención.
2. Creación de un organopónico en el que se produzcan frutas y hortalizas frescas, garantizando una cesta para el turista de productos propios y de calidad, para que se combine el agroturismo, es decir, una visita al lugar con explicación del proceso de producción, con guías entrenados para ello.
3. Pequeña tienda de artículos artesanales confeccionados de reciclaje, reutilización y recursos propios de la zona costera.
4. Sala de recreo con música y danzas típicas, refrescos y bebidas hechas en el lugar, como el agua de coco y refrescos a base de frutas.
5. Recorrido náutico por la zona costera para admirar manglares, fauna, especialmente aves, con guía para animar e instruir sobre la biodiversidad del sitio.

6. Casa museo donde se refleja la historia de la zona, así como las manifestaciones artísticas de sus habitantes.

CONCLUSIONES

- El apoyo gubernamental y de los ministerios o secretaría de Turismo, así como de las instituciones educativas, especialmente las universidades, son vitales para la implementación eficiente de las propuestas.
- Las alternativas ofrecidas, se pueden aplicar en cualquier zona costera, adaptándose a sus propias características.
- Está abierto a cualquier iniciativa que sea amistosa con la conservación ambiental y el turismo sostenible.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Cabanilla, E. (2013). Manual integral de trabajo de campo, con un enfoque participativo, en lo social, espacial y económico, para la determinación potencial de la relación comunidad/ turismo comunitario: del diagnóstico al plan de negocios. Consultado en: <http://es.slideshare.net/ecabanilla/turismocomunitario-del-diagnostico-al-plan-de-negocios>

Castillo, E. (2013). Tipologías turísticas. Disponible en: <https://hablamosdeturismo.wordpress.com/2013/08/29/tipologias-turisticas/>
Charter of Lanzarote (1995). World Conference on Sustainable Tourism.

Charter of Lanzarote (1995). World Conference on Sustainable Tourism. Canary Islands.

Covarrubias, R. (2015). Evaluación del potencial en municipios turísticos a través de metodologías participativas. Capítulo I “Conceptualización del potencial turístico”. Universidad de Colima.

Gallardo María V. (2014). Desarrollo Turístico Local. Las capacitaciones como estrategia de participación. Universidad Nacional de Quilmes. Secretaria de Turismo de la Provincia de Buenos Aires. Argentina.

García, J. (2000). Monografía Turismo: Variantes e Impactos. Universidad de Matanzas, Cuba.

- Ochoa, F. & López, L. (2010). Cadenas de valor de turismo sostenible. Guía metodológica, caso Suesca. Bogotá: Fundación Endesa Colombia, Corporación Biocomercio Sostenible.
- OMT. (1995). The Charter of Lanzarote (Canary Islands in 1995, as mentioned by WTO)
- OMT. (2005). Taller Regional para Países Andinos sobre Indicadores de Sostenibilidad de Destinos Turísticos. Bolivia.
- Ritchie, J. R., & Crouch, G. (2003). The competitive destination. A sustainable tourism perspective. CABI Publishing, UK.
- Rodríguez, G. (2003). Bases para el manejo sostenible de un bosque de manglar en estado de deterioro, sector Coloma-Las Canas, Pinar del Río. Cuba. Tesis en opción al grado científico de Doctor en Ciencias. Publicada en biblioteca virtual Universidad de Alicante. España. Web: <http://cvl.cpd.ua.es/consplanesestudio/constesis/informetesis.asp>.
- Rodríguez, G.; Bustio, A.; Milián, I. Gutiérrez, M. (2005). ¡Todo Cuenta! El valor de las iniciativas de conservación con enfoque de género en América Latina. UICN. IDRC. Editado en San José, Costa Rica. P. 69-91.
- Tourism Statistics Recommendations (RET). (1994), the World Tourism Organization (WTO).
- Zimmer y Grassmann (1996). LEADER EUROPEAN OBSERVATORY.