

# **PRODUCTOS TURÍSTICOS INTEGRADOS EN ÁREAS MARINAS PROTEGIDOS**

**Lic. Ibeisi Alfonso García, Dra. C. Mabel Font Aranda**

*1. Universidad de Matanzas “Camilo Cienfuegos”, Facultad  
Ciencias Económicas e Informática. Vía Blanca Km.3, Matanzas,  
Cuba.*

## Resumen.

En la actualidad existe una creciente necesidad de desarrollar productos diferenciados y diversificados, de modo que se inserten en los programas de desarrollo local. El objetivo fundamental consiste en argumentar los preceptos teóricos acerca de productos turísticos en espacios naturales, en el que se amplíe la práctica del buceo como modalidad de turismo de aventura y se tenga en cuenta los aspectos ambientales y la experiencia de la comunidad local. Se emplean métodos y técnicas como la revisión bibliográfica, la observación científica, la entrevista, entre otros. Se aportan esquemas, matrices que sintetizan los preceptos para comprender la necesaria integración de atributos a productos turísticos en espacios naturales.

**Palabras claves:** *Productos turísticos, turismo de naturaleza,*

Se ofrece una visión teórica-referencial sobre los elementos a tener en cuenta para la integración de atributos a productos turísticos en áreas naturales protegidas y su influencia en el medio ambiente y la comunidad. El análisis bibliográfico sustenta el proceso de investigación y aporta elementos conceptuales necesarios que sirven de base para el desarrollo de la propuesta. Figura 1.1.

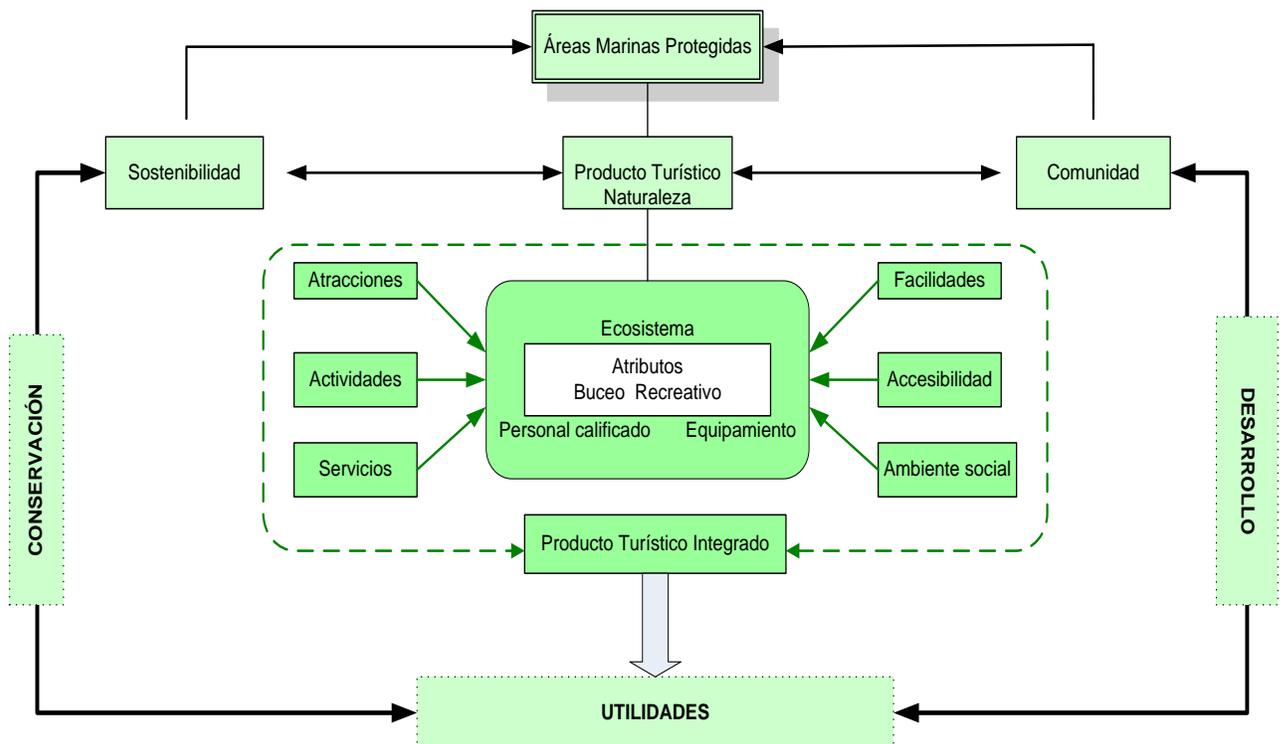


Figura 1.1 Hilo conductor del marco teórico-referencial.

## Conceptualización del producto turístico, sus componentes y clasificaciones

Las primeras concepciones de producto turístico surgen en el siglo XIX cuando en 1841 se organiza el primer viaje chárter en tren para una liga antialcohólica, en el que cada viajero abonó una cantidad única por el desplazamiento y la comida, su creador fue Tomas Cook, fundador de la compañía que actualmente lleva su nombre. Hacia 1885 Tomas Bennett, un agente de viajes inglés, crea el denominado Individual Inclusive Tour (IIT) y es entonces cuando se comienza a hablar de productos turísticos, aunque el verdadero auge lo alcanza hacia 1950 en Europa Occidental.

Las denominaciones de “producto turístico” pertenecen a la jerga de los términos turísticos porque lo que en realidad se vende es un servicio. Estudiosos del mercadeo han ofrecido disímiles definiciones sobre qué es el “producto turístico”. La tabla 1.1 muestra la evolución de este concepto a través de los tiempos.

Tabla 1.1 Cuadro sinóptico sobre el concepto de Producto Turístico.

Autor	Año	Definición
Krippendorf	1972	Grupo de elementos materiales e inmateriales ofrecidos al consumidor para su beneficio.
Burkart y Medlik	1975	Es una amalgama de elementos tangibles e intangibles centrados en una actividad específica y en un destino específico en una mezcla de atracciones, transporte alojamiento y diversión.
Cárdenas	1991	Está conformado por el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado – para un confort material o espiritual – en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones resultantes de las necesidades requerimientos, o deseos de un consumidor al que llamamos, turista.
Lambin	1995	Conjunto específico de atributos que se aporta al comprador, no únicamente el servicio de base propio de la clase del producto, sino también un conjunto de servicios secundarios o añadidos, que constituyen elementos distintivos, susceptibles de influir en las preferencias de los compradores.
Kotler, Bowen y Makens	1997	Es cualquier cosa que se ofrece a un mercado para atención, adquisición, uso y consumo y que satisfaga una necesidad o deseo. Incluye objetos físicos, servicios, sitios, organizaciones e ideas.
Middleton	1997	Un paquete de componentes tangibles e intangibles, basados en una actividad en un destino, percibido por los visitantes como una experiencia y disponible a cambio de un precio.
Muñiz	2001	Un conjunto de características y atributos tangibles (forma, tamaño, color,...) e intangibles (marca, imagen de empresa, servicio,...) que el comprador acepta en principio, como algo que va a satisfacer sus necesidades. No existe hasta que no se responda a una necesidad y/o un deseo.
Valls	2004	Conglomerado, una amalgama, una constelación de elementos tangibles e intangibles en particular. Entre los elementos tangibles se hallan los bienes, los recursos, las infraestructuras y los equipamientos; entre los intangibles se encuentran los servicios, la gestión, la imagen de marca y el precio.
Barrera	2006	Conjunto de componentes que satisfacen una experiencia de viaje que responde a las expectativas de un segmento de mercado.
SECTUR- México	2008	Sistema de componentes tangibles e intangibles ensamblados capaces de hacer viajar a la gente para realizar actividades que satisfacen sus necesidades otorgándoles beneficios y satisfacción de manera integral.

Fuente: Elaboración propia.

En los conceptos anteriores convergen elementos definitorios sobre producto turístico que permite definir un concepto único, entre ellos se encuentra el conjunto de elementos y/o atributos tangibles e intangibles; surgimiento a partir de una necesidad o requerimiento; el aporte de beneficios y experiencias, su puesta en marcha en un lugar determinado, así como la oferta a un segmento de mercado o consumidor por un precio.

De acuerdo a los preceptos convergentes anteriores y mediante la utilización de la Técnica de Tarjado y un posterior análisis con el Método del Gráfico de Pareto (Anexo 1), se entiende por producto turístico al “conjunto de combinaciones sinérgicas de atributos tangibles e intangibles, capaces de satisfacer un deseo o expectativa a un mercado en un espacio determinado y por un precio establecido”.

Mientras más correspondencia tenga un producto con el deseo de un cliente, más éxito tendrá el productor, por lo tanto debe conocer qué es lo que desean sus consumidores para satisfacerlos de la mejor manera posible. (Frías et al., 2007).

Para Conde y Amaya (2007), el producto turístico abarca un conglomerado de bienes y servicios (de base y complementarios) que se ofrecen en el mercado, lo cual constituye a su vez un “conjunto de atributos” cuya notoriedad, importancia, diferenciación y grado de presencia pueden ser percibidos de manera diferenciada por los clientes. Sin embargo, no solo incluye los bienes y servicios, sino las organizaciones, lugares, actividades e ideas. A continuación se muestra en la figura 1.1 un conjunto de términos que son afines a este concepto:



Figura1.2 Términos afines a Producto Turístico.

Fuente: Modificado a partir de Frías, 2007

Cuando un cliente adquiere un producto busca en realidad el servicio que va asociado a él, y a su vez, cualquier proceso de entrega del servicio necesita apoyarse en algunos productos para hacer tangible dicho servicio. Por lo que producto y servicio están complementados, aunque el producto turístico posee peculiaridades que lo diferencian de

los de consumo. De acuerdo con Santos (1980), De la Colina (2002) y Matallana (2009) al producto turístico se caracteriza por:

-Intangibilidad: Se denota en cuanto no se puede comprar su servicio, ni la de sus componentes, sino su uso o experimentación. Es imposible que un cliente pueda palpar el lugar de vacaciones, por cuanto el producto no puede ser visto o examinado antes de ser comprado.

-Caducidad: Las habitaciones, excursiones o boletos de avión no vendidas un día, no son almacenables para el día siguiente, se han agotado en ese mismo día.

-Heterogeneidad: Enmarca la influencia de muchos factores aleatorios asociados como tiempo, estado de ánimo y del lugar, coincidencia con otras personas. Estos son difícil de controlar por parte de la organización, pero pueden ser aprovechados a su favor de acuerdo a conocimientos y experiencias.

-Agregabilidad y sustituibilidad: El producto se conforma por una combinación de componentes y servicios que estos son fácil de agregar y/o modificar de manera que se crea inmediatamente un nuevo producto.

-Subjetividad, inmediatez, individualidad y simultaneidad de producción y consumo: Es subjetivo porque depende de las condiciones en que estén clientes y prestatarios en el momento del consumo. Su inmediatez está dada por la inseparabilidad de la fuente que los presta. Las satisfacciones que produce son individuales y distintas de unas personas a otras. Su consumo es simultáneo a su fabricación real, de manera que el producto se crea realmente al mismo tiempo que se consume.

-Interdependencia: Relación de atributos que ya existen y que el cliente tiene en cuenta a la hora de decidir por un destino. Todos estos atributos forman una interrelación que es específica en cada cliente.

-Estacionalidad: Están sujetos a ciclos de demanda muy alta y ciclos de demanda muy baja.

A fines de los años 80 y principios de los 90 Cárdenas (1991) entendía como producto integrado a la combinación de atractivos, facilidades y accesos. Para Sciascia (2007) y Vera (2010) la herencia cultural de un pueblo, la demanda y oferta turística son importantes componentes a tener en cuenta en la conformación de un producto integral. De ahí que cada componente se entienda por:

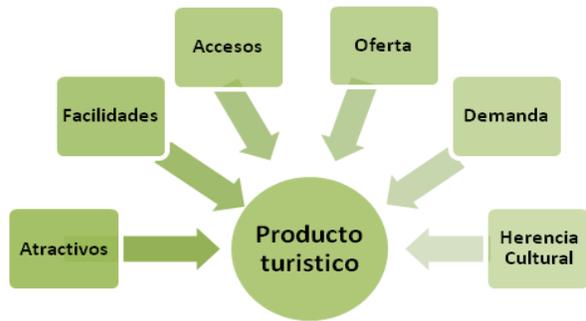


Figura 1.3 Componentes de un Producto Turístico.

Fuente: Elaboración propia.

-Atractivos: Elementos que hacen que el turista escoja un destino y no otro. Constituye la materia prima de la organización.

-Facilidades: Se trata de un importante complemento del producto turístico. Por sí solos no generan flujo turístico, pero su falta puede determinar la ausencia de turistas.

-Herencia cultural de un pueblo: Su importancia radica en la expectativa del turista por conocer culturas, lugares, eventos sociales, estilos de vida autóctonos, etc. Creada la motivación puede ser un factor muy importante.

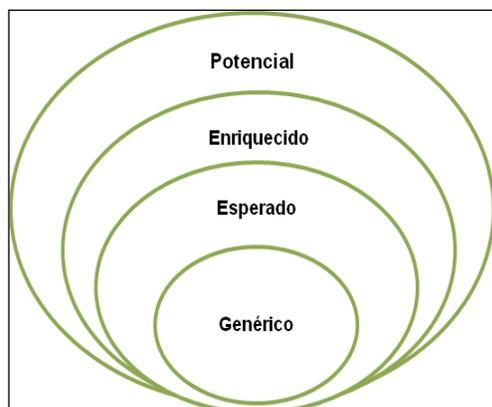
-Accesos: Son indispensables para que el turista llegue al destino.

-Demanda turística: Para crear y satisfacer la demanda es necesario comprender las necesidades de los consumidores y la identificación de los grupos homogéneos de cada producto turístico.

-Oferta turística: Es imprescindible determinar los componentes del producto turístico para identificar el conjunto de elementos que se ofrecerán al visitante de un destino.

El valor práctico de estas ideas es que el producto se va transformando en servicio, lo cual refleja el hecho de que el cliente lo que busca no es el bien en sí, sino la satisfacción que este le puede proporcionar.

La literatura ofrece varios enfoques sobre los atributos que se le añaden a los productos para diferenciar y satisfacer las variadas expectativas de los diversos mercados. Kotler (1991) y Gronroos (1994) plantean que el producto comienza por ofrecer una ventaja esencial, la cual resulta su base, lo denominan producto genérico o principal. Se necesita, además, que el producto tenga un conjunto de atributos y condiciones para que el cliente lo use, denominándose así como esperado o auxiliar. Con la incorporación de atributos adicionales que lo diferencian de la competencia se logra un producto enriquecido o de apoyo. Cuando converge la facilidad de acceso, el ambiente, la interacción del cliente con el sistema de entrega del servicio así como proyecciones de desarrollo para el futuro en pos de la diferenciación y posicionamiento, se habla de producto potencial o aumentado.



De acuerdo a lo antes expuesto, se entiende que un producto turístico integrado esté estrechamente vinculado a los niveles que alcance, lo que muestra una relación directamente proporcional entre los atributos y valor añadido, y la satisfacción que proporcione al consumidor.

Figura 1.4 Niveles del Producto Turístico.  
Fuente: Elaboración propia a partir del Modelo de Kotler (1991) y Gronroos (1994)

La diferenciación y diversificación en los tiempos actuales, presumen la permanencia en el mercado de los productos que logren incorporar mayor cantidad de atributos que satisfagan las más variadas expectativas de los diversos segmentos de mercados.

El turismo en sí, puede considerarse como un producto por la relación de demanda y compra que se establece entre el destino y los visitantes. En concordancia con Martín (2003) (Citado por Matos, (2005) y Frías (2007) los productos turísticos pueden clasificarse en tres grandes grupos:

-Viajes: Surge cuando el cliente se acerca a una Agencia de Viaje buscando información según la motivación y termina cuando retorna a su lugar de origen después de haber disfrutado de los servicios que compró. Incluye además, los viajes dentro del destino.

-Instalaciones: Forman un amplio abanico de servicios como el alojamiento, alimentos, bebidas, las diversas formas de transportación, las actividades de animación y recreación. Incluyen los establecimientos donde se satisfacen las necesidades básicas o espirituales de los visitantes.

-Territoriales o Integrados: Todos los productos vinculados a las instalaciones y al uso de atractivos se crean sobre un espacio físico, geográfico. Estos se convierten en productos según la imagen que tengan como destino. Ellos a su vez se subdividen en: Complejo turístico, Polo turístico, Destino específico, Región turística y Destino país.

Los productos turísticos que se generen en la actualidad, de acuerdo al espacio turístico que se desarrolle pueden ser cultural, natural, rural, de salud, urbano, entre otros; pero independientemente de la vía o espacio que se elija para desarrollarlos, deben asumir una posición innovadora, que propicie la explotación de espacios con atractivos potenciales y den al visitante un valor agregado al motivo de viaje.

### **Productos turísticos de naturaleza en espacios litorales**

El turismo ha estado ligado a las nuevas tendencias de establecer en los atractivos naturales lo esencial de los productos que se ofertan, en los que el visitante está en la búsqueda de experiencias únicas, acorde a sus nuevos gustos, necesidades y preferencias, como el tener experiencias con las comunidades receptoras, el interrelacionarse con la naturaleza, realizar

actividades que le impliquen reto físico, búsqueda de emociones significativas, el mantenerse en forma, cuidar su salud, así como realizar actividades al aire libre.

Esta búsqueda por acercarse a la naturaleza de una forma más directa y activa, pero a la vez más responsable, valorando y respetando las particularidades naturales y socioculturales autóctonas de los lugares visitados, dio pauta en Europa y Estados Unidos al surgimiento del Turismo de Naturaleza.

La Resolución Conjunta de 1999 MINTUR-CITMA-MINAGRI define como turismo de naturaleza a: "Todas las modalidades del turismo en que la motivación del viaje o excursión o la selección del destino esté determinada por el acercamiento y disfrute de la naturaleza". Por su parte la OMT (2000) lo define como: "Viaje responsable que conserva el entorno natural y sostiene el bienestar de la población local". A su vez la Secretaría de Turismo de México (SECTUR) lo suscribe como "los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales que le envuelven con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales."

En las definiciones anteriores el elemento predominante es la relación que se produce del contacto directo entre el hombre y el entorno natural, basado en la conservación y el respeto ambiental.

Estas definiciones, a su vez, ha facilitado la segmentación de esta modalidad turística, basado en el tipo de intereses y actividades que el turista busca al estar en contacto con la naturaleza. De acuerdo a Eagles (1997) y Font (2005) se asumen las siguientes modalidades de turismo de naturaleza:

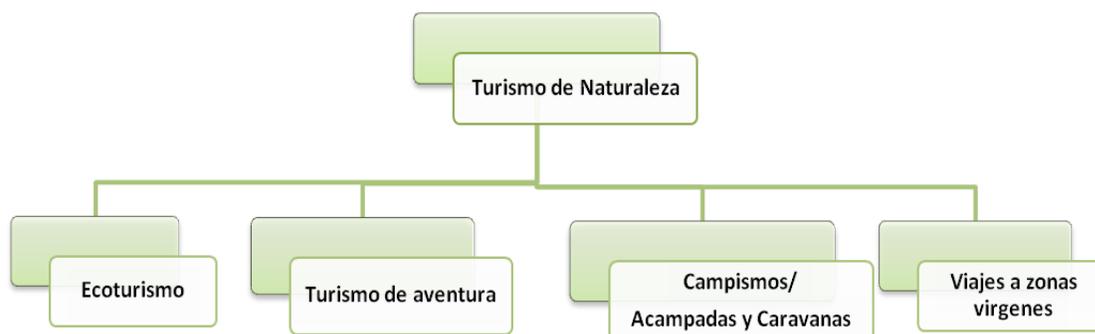


Figura 1.5 Clasificación del Turismo de Naturaleza.

Fuente: Tomado de Eagles (1997) y Font (2005)

Diversos autores incluyen al Turismo Rural como una categoría dentro del Turismo de Naturaleza, pero lo cierto es que el uso de maquinarias y de suelo inherente a esta actividad que provoca la transformación del entorno, no concatena con el principio conservador y proteccionista que exige la práctica del Turismo de Naturaleza.

Las modalidades turísticas, a pesar de poseer clasificaciones predeterminadas de acuerdo a los patrones que la identifican, en muchos casos establecen entre sí, sinergias que son necesarias para su práctica y que fijan el acabado de su identidad. En tal caso las actividades turísticas subacuáticas, a las que le son inherentes los espacios naturales de litoral y que enmarcan una dosis en mayor o menor medida de riesgo, constituyen un ejemplo de vínculo entre turismo de naturaleza, aventura y deporte.

Según Benseny (2006), el destino turístico de litoral es la forma más común y diferencial del desarrollo turístico y el motivo de desplazamiento de los mayores flujos turísticos internacionales. Aunque en muchas ocasiones se asocia al turismo litoral netamente a la modalidad de sol y playa, la realidad es que se plantea la reorientación hacia fórmulas renovadoras y diferenciadas que busquen respuesta a las nuevas expectativas de una demanda cada vez más heterogénea. En este sentido, una de las estrategias a seguir está basada en insertar el atractivo de los fondos marinos como materia prima esencial, lo cual, vinculado a la restauración, al vínculo con la comunidad y al conocimiento de los valores culturales en el seno del espacio turístico litoral, trate de superar la fase de madurez de los productos turísticos consolidados en la costa.

Para la OMT (2001) el turismo de deportes es una modalidad que encuentra en los espacios naturales de litoral grandes potencialidades, pues los mares y todos sus componentes siempre han sido motivo de desafíos e interés para disímiles segmentos de mercado. A ello se hace indisoluble el turismo de aventura, en el cual la mayoría de las actividades que incluye son deportivas; para Sung (1997) los viajes de aventura constituyen viaje o excursión con el propósito específico de participar en actividades que conlleve a explorar una nueva experiencia, por lo general, supone el riesgo advertido o peligro controlado asociado a desafíos personales, en un medio ambiente natural o en un exótico escenario.

Las modalidades anteriores muestran elementos convergentes sintetizados en los recursos naturales como atractivo esencial, la toma de riesgo en mayor o menor medida y el deseo de realizar la actividad con un objetivo de diversión o meramente de realización personal.

Las actividades subacuáticas representan un atractivo esencial dentro de estas modalidades de manera que son una de las más llamativas y cotizadas en el mercado turístico lo que conlleva a tener en cuenta un aspecto esencial en su manejo : la sostenibilidad.

### **Sostenibilidad en espacios turísticos naturales**

Hoy en día la calidad del medio natural resulta un indicador a tener en cuenta en diferentes segmentos de demanda, y es que, la dinámica actual y la generación de exigencias cada vez más específicas se dirigen al disfrute pleno de entornos apenas modificados, que a su vez suelen ser, en la mayoría de los casos, los más susceptibles a la acción del hombre.

En Cuba, un entorno fundamental para establecer espacios marinos protegidos ha sido la existencia de de formaciones coralinas bien conservadas, las cuales son uno de los ambientes más antiguos del planeta Tierra, pues se han desarrollado por más de 5000 años. Los arrecifes coralinos son ecosistemas de alta sensibilidad y complejidad ya que conforman las comunidades más diversas del planeta, ocupando el 1% del fondo del océano pero son habitadas por el 25 % de todas las especies marinas existentes en la

actualidad<sup>1</sup>(Reyes, 2002), de esta manera resultan un refugio para innumerables especies de animales y vegetales que viven en las costas tropicales, las que, combinadas armoniosamente forman una de las más hermosas estructuras naturales del mundo, su belleza es comparable solamente con las exuberantes selvas tropicales.

La sensibilidad de los arrecifes coralinos está dado por las condiciones excepcionales que necesitan para su formación y que fácilmente puede ser transformada por la acción del hombre. Para ello necesitan de una temperatura anual mínima que oscile sobre los 18 °C como promedio, por lo que, están limitados a mares cálidos; la salinidad debe oscilar entre 33 y 35 partes por mil gramos por litro en promedio. Otro elemento esencial es la transparencia de las aguas pues en el proceso de fotosíntesis y de absorción de algunas sustancias para la colonia se utiliza al máximo la luz solar, debe existir además un movimiento constante del mar y de preferencia rico en oxígeno para el óptimo desarrollo de las colonias (Reyes, 2002).

El crecimiento de los corales varía entre los géneros y especies dependiendo de su forma, la variedad que menos crece alcanza solamente 5 mm en un año, algunas especies alcanzan 2 cm o 3 cm en igual período y las formas ramificadas pueden alcanzar 6 cm, 7 cm y hasta 11 cm en condiciones ideales, ello demuestra el lento crecimiento que poseen estas especies (Carmenatis, 2006). La actividad del hombre en actividades de recreo y ocio puede constituir un problema, pues con un simple golpe con aparatos de buceo o snorkeling puede echar por tierra el trabajo de años de la naturaleza.

Los arrecifes de coral adquieren una marcada importancia económica y turística, teniendo en cuenta que el sector turístico posee una relación indisoluble con el medio ambiente, pues, en la mayoría de sus modalidades, necesita de un entorno natural atractivo para su desarrollo. A pesar de ello, constituyen uno de los ecosistemas más impactados, ya que en toda la región tropical donde aparecen han estado sometidos a la aparición de fenómenos de blanqueamiento<sup>2</sup> y enfermedades de antaño poco comunes, así como la muerte masiva de determinadas especies y otros invertebrados. La contaminación y los cambios climáticos han sido otros factores negativos en la disminución de estos ecosistemas.

Como consecuencia de los factores mencionados se estima que la pérdida de arrecifes de coral en el mundo pasó de un 10 % en 1992 a un 27 % en el año 2000 (Reyes, 2002), de ahí que la conservación sea una prioridad debido a su extraordinaria riqueza biológica y a la multitud de productos y servicios que como ecosistemas proveen al hombre.

A pesar de que el concepto de sostenibilidad está ampliamente difundido, especialmente en áreas naturales protegidas, muchas organizaciones aún no convergen sobre cómo actuar de manera que estos espacios se mantengan como atractivo durante largo plazo. Desde este punto de vista la conservación del medio ambiente marino ha dejado de ser un factor limitante al desarrollo para ser un elemento clave de competitividad. (Salinas y La O,

---

<sup>1</sup> Los arrecifes albergan más de 4000 especies de peces, 700 especies de coral y miles de otras plantas y animales.

<sup>2</sup> Decoloración o pérdida de las algas que se albergan en los pólipos de coral (zooxanthellas simbióticas) que llevan a cabo la fotosíntesis, este fenómeno es producido por el incremento de las temperaturas por encima de 29 °C lo que provoca el estrés de los corales.

2006), en el que la práctica de la sostenibilidad en los espacios más vulnerables ha ocupado gradualmente el centro estratégico de las decisiones para el desarrollo de productos turísticos específicos (Bensey, 2006) unido al incremento de la sensibilidad social por mantener los atributos económicos, culturales y sociales. Para ello es vital la realización de una planificación medioambiental en la que incluyan indicadores como la capacidad de carga y que proporcione las bases para la consecución de actividades integradas y controladas.

En este nuevo marco la práctica sostenible debe constituir una nueva forma de planificar, ofertar y mercadear el producto turístico fundamentado en principios éticos y colectivos para el manejo de los recursos naturales y culturales cuyos beneficios económicos mejoren la calidad de vida de todos los involucrados.

Indisolublemente ligado a una propuesta de sostenibilidad en espacios naturales se encuentra la comunidad, como muestra la figura 1.5. La comunidad hoy en día cobra mayor interés, puesto que constituyen la fuerza social de la producción en la que se apoya la actividad turística para su funcionamiento y es además poseedora de las tradiciones y patrones culturales.

A nivel internacional la incorporación de la comunidad local ha sido objeto de análisis, ya que históricamente ha sido observada como un recurso a utilizar más que como un elemento fundamental en el sistema turístico.

En la mencionada Declaración de Río se clarifica el por qué de esta necesidad, y es que a esta escala, se identifican con mayor claridad los impactos económicos, ambientales y socioculturales de la actividad turística, asimismo se logran definir mediante mecanismos de participación social los verdaderos intereses y aspiraciones de la comunidad local, lográndose de tal modo evaluar acertadamente la tendencia de la demanda y su grado de satisfacción.

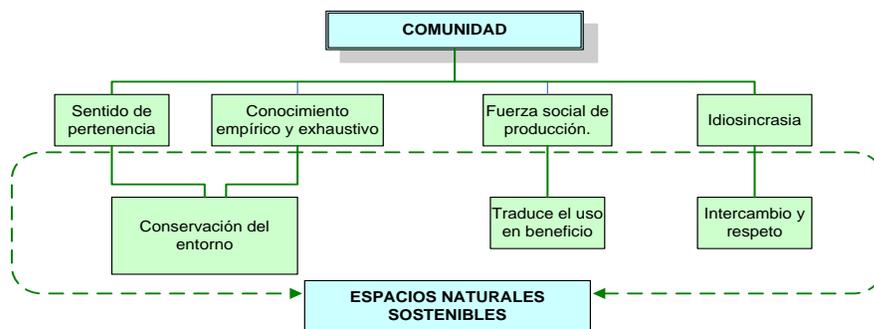


Figura 1.6 Relación comunidad-sostenibilidad en espacios naturales.

Fuente: Elaboración propia.

La comunidad receptora como parte de este sistema provee los servicios necesarios para la satisfacción de las necesidades de la demanda no solo los fisiológicos (hospedaje y alimentación), sino aquellos como servicios médicos, recreación, consumo, que fueron básicamente creados para la comunidad local y que son paralelamente aprovechados por el turismo (Monterrubio, 2009). En tal grado la disposición de la comunidad local puede incidir en el éxito o fracaso, demostrado en el nivel de hostilidad o amabilidad con que se acoja al visitante.

La comunidad local, por ser el elemento constante en el espacio geográfico, juega un papel relevante en la conservación o deterioro de los recursos naturales y culturales del destino. Por tanto, se deben promover tecnologías que se ajusten a las características de cada ecosistema, de manera tal que garanticen la sostenibilidad de los recursos naturales para el futuro. El interés que la comunidad mantenga en la protección de sus recursos estará directamente relacionado con la existencia de dichos recursos, y por lo tanto del desarrollo turístico, en tiempos futuros.

Por ende, la planificación turística actual, ha identificado el factor comunidad, como esencial en el desarrollo y gestión del turismo ya que esta, no solo abarca el espacio geográfico y sus habitantes, sino también sus características, relaciones y manifestaciones propias (Hall and Page, 2002). La comunidad es la que conoce a ciencia cierta el comportamiento de los recursos en las diferentes estaciones del año, la que siente el medio como suyo porque ahí se encuentran sus raíces y poseen el conocimiento empírico y exhaustivo del lugar, lo cual debe utilizarse como estrategia para el desarrollo de la actividad.

De ahí que para el logro del uso sostenible de los recursos naturales se necesitan profundos cambios en el comportamiento de los actores sociales, a partir del conocimiento del medio natural y del desarrollo de una cultura que reconozca la importancia estratégica de una buena calidad ambiental por medio de un enfoque integrado de planificación y gestión de los ecosistemas naturales.

En tal sentido, la sostenibilidad de las áreas naturales protegidas no es una posible opción a la actividad turística en este escenario, sino que es la única vía que posee para su permanencia, en la que la calidad y la gestión medioambiental constituyan herramientas fundamentales para dotar de ventajas competitivas al producto turístico.

### **Práctica del Buceo recreativo en áreas marinas protegidas**

Para los amantes de la naturaleza, las áreas protegidas se tornan el atractivo principal de la visita, ya que es donde mejor conservado se encuentran los ecosistemas y permite la satisfacción del motivo de viaje con mayor calidad en la experiencia que se desea obtener.

Es así que el turismo en espacios naturales enmarcados en un litoral y que a su vez estén protegidos, implican el aprovechamiento de las características medioambientales concretas, que se basa en el uso y consumo de una combinación adecuada de factores geofísicos que se convierten en un recurso natural con valoración social. Se trata del uso y consumo de un espacio determinado por la zona de interfase entre la tierra y el mar (Sánchez, 1985).

Según el artículo 2 del Decreto Ley No.201 del SNAP<sup>3</sup> y teniendo en cuenta los criterios propuestos por la UICN<sup>4</sup> se define como Área Protegida a “las partes determinadas del territorio nacional, declaradas con arreglo a la legislación vigente e incorporadas al ordenamiento territorial, de relevancia ecológica, social e histórico-cultural para la nación y en algunos casos de relevancia internacional, especialmente consagradas, mediante un manejo eficaz, a la protección y mantenimiento de la diversidad biológica y los recursos naturales, históricos y culturales asociados, a fin de alcanzar objetivos específicos de conservación y uso sostenible”.

De acuerdo con lo anterior las áreas protegidas son superficies de tierra y/o mar cuyo propósito es lograr una eficiente conservación de la naturaleza y los valores y recursos históricos- culturales asociados.

En la lista de las Naciones Unidas figuran numerosas áreas protegidas que incluyen hábitat o elementos marinos como mar abierto, lechos de laminarias o formaciones de coral y cuya extensión total es de 2,3 millones de Km<sup>2</sup>. Las dos mayores áreas protegidas “marinas” del mundo son el Parque Nacional de Groenlandia (972 000 Km<sup>2</sup>) y el Parque Marino del Arrecife de la Gran Barrera en Australia (344 800 Km<sup>2</sup>). La primera de ellas es un área en gran medida terrestre, en tanto la segunda es predominantemente marina. El porcentaje de superficie marina protegida del mundo es de alrededor de 1.53 %.(Gerhartz, 2004)

Las áreas protegidas marino-costeras cubanas, constituyen un subsistema del SNAP. El SAMP<sup>5</sup> cubano ha tenido un desarrollo relativamente diferenciado en comparación con su homólogo terrestre, sobre todo en lo que se refiere a su implementación, provocado principalmente por el poco conocimiento de las zonas marinas, por la existencia de una tradición más arraigada de trabajos en la parte terrestres y por los altos costos del manejo, que requiere como mínimo de embarcaciones y comunicaciones seguras, además de personal especializado.

En Cuba hay propuestas 108 áreas costero-marinas protegidas, de las cuales 85 tienen superficie sobre el mar y las restantes están representadas por humedales y ríos, las áreas propuestas representan 21,9% de la plataforma insular cubana (Gerhartz et al. 2004).

A partir de los resultados obtenidos del análisis de cobertura de las áreas protegidas sobre el medio marino, se ha presentado a la UNESCO por parte de Cuba, en los inicios del 2003, proponer al Sistema Arrecifal del Caribe Cubano (SACC) como Sitio Natural de Patrimonio Mundial por el extenso y exuberante arrecife coralino casi virgen, dicho con ausencia de contaminantes y animales agresivos y la diversidad de de su flora y fauna subacuática (Estrada et al., 2004).

---

<sup>3</sup> SNAP: Sistema Nacional de Áreas Protegidas. En sus inicios estuvo caracterizado por la declaración de Áreas Protegidas aisladas que no funcionaban como tales. Hoy en día es un sistema territorial, que a partir de la protección y manejo de sus unidades individuales contribuye al logro de determinados objetivos de conservación de la naturaleza.

<sup>4</sup> Unión Nacional para la Conservación de la Naturaleza.

<sup>5</sup> Subsistema Nacional de Areas Marinas Protegidas.

En Cuba son aprovechadas las potencialidades de sus barreras coralinas para el desarrollo de actividades subacuáticas, que proporcione fondos para la conservación y retroalimentación de la actividad turística.

La práctica del buceo es una actividad por medio de la cual el hombre sumerge su cuerpo completamente en el agua, es decir donde existe una cantidad suficiente acumulada para practicarla (Carmenatis, 2010).

Las primeras muestras de la práctica de esta actividad, no comienzan precisamente con el mero interés de observar la vida submarina a modo de diversión, sino con la necesidad de acopio de alimentos, ya sea la pesca de mariscos, la recolección de algas, perlas y coral, la reparación de barcos, el rescate de tesoros, etc.

De este modo, comienza a desarrollarse desde el año 164 AC el buceo a pulmón o apnea<sup>6</sup>, sin más utensilios que un cuchillo, una piedra como lastre y una cuerda atada a la cintura. Con el paso del tiempo fue la actividad militar la que desarrolló con mayor decisión los modelos y equipos para la actividad pero no es hasta 1935 que se crean los elementos fundamentales para el desarrollo del buceo moderno, como las aletas y las patas de rana, el tubo respirador (1938) y la máscara que abarca ojos y nariz, patentada en 1938.

En 1943, un equipo formado por el teniente de navío francés Jacques-Yves Cousteau el ingeniero Emile Gagnan y el joven deportista Frédéric Dumas probarían en aguas de la Costa Azul del Río Sena, la escafandra autónoma<sup>7</sup>, cuyo elemento fundamental era un regulador que suministraba al buzo aire a presión ambiente, que se encontraba comprimido a gran presión en una botella. Ello permitió bajar a grandes profundidades con un sistema de respiración bastante aceptable.

A partir de entonces, la práctica del buceo alcanza diversas dimensiones y es ejercida para diversos fines. De ahí que su categorización se estructure en tres dimensiones: de acuerdo a las técnicas que se utilicen, a la intención de la práctica y a los lugares de interés.

En la figura 1.5 se ilustran los tipos de buceo que existen y las diversas categorías en que pueden subdividirse. En dependencia a la técnica se clasifica en buceo no autónomo, este se realiza desde la superficie, respirando el aire de la misma, haciendo apnea<sup>8</sup> aunque en la mayoría de los casos se utiliza un snorkel. No posee limitaciones de tiempo y su práctica se realiza en mar abierto, desde la orilla o embarcaciones, desde una profundidad de 2.5m hasta 4.0 m. Se utiliza además, como actividad de exploración y monitoreo en trabajos de prospecciones de la conservación. El equipamiento no tiene que ser muy sofisticado e incluye: máscara, snorkel, aletas, chaleco flotador y traje termo-aislante de neopreno.

---

<sup>6</sup> Consiste básicamente en sumergirse en el agua luego de haber hecho una fuerte inspiración en la superficie.

<sup>7</sup> Proviene del griego *scafos* (navío) y *andros* (hombre), o sea, navío para un solo hombre o navío unipersonal. Las primeras escafandras no eran autónomas porque necesitaban del suministro de aire desde la superficie, con la invención del regulador es que se determina la autonomía, lo que ha permitido inmersiones de hasta 400m de profundidad.

<sup>8</sup> Apnea: Retención de la respiración.

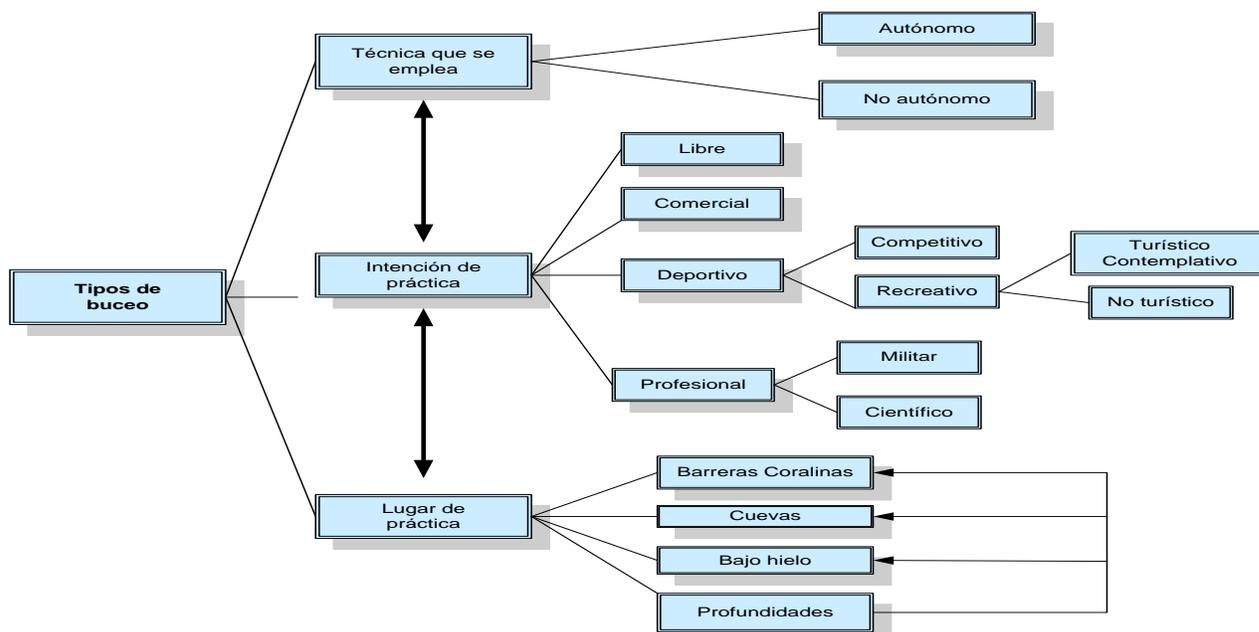


Figura 1.7 Tipos de Buceo

Fuente: Elaboración propia a partir de Enrique, 2009; Santander y Propin, 2009 y comunicación personal con Carmenatis, 2010.

La segunda técnica es el buceo autónomo o “aqualong”, aunque internacionalmente es reconocido como SCUBA (Self Container Underwater Brinting Apparatus o Aparato de Respiración Autónoma). El sistema funciona por medio de un regulador a demanda que al inspirar le suministra a buzo una mezcla respirable gaseosa y cuando exhala expulsa el gas residual al agua. El regulador va conectado a un cilindro lleno de mezcla respiratoria y se lleva sobre la espalda. El equipamiento básico incluye: careta, aletas, tubo respirador (snokel), regulador con profundímetro, manómetro de alta presión, una segunda etapa auxiliar, cilindro metálico con válvula para aire comprimido puro, lastre, tabla de descompresión , traje isotérmico y chaleco compensador de profundidad. En la actualidad se utilizan el buceo con mezclas de gases, es un medio diferente de respiración llamado nitrox o aire enriquecido compuesto por la mezcla de 21% de oxígeno y 79% de nitrógeno además del trimix con 21% de oxígeno, 40% de helio y 39% de nitrógeno.

El buceo se clasifica además, de acuerdo al fin con que se practique, desglosándose en:

-Buceo libre: En esta clasificación no se define un fin exclusivo, donde la persona más bien actúa por propia intuición, eligiendo el entorno a investigar. No tiene límite de profundidad y pueden ser practicadas varias modalidades, por lo que se considera el tipo más complicado de concretar.

-Buceo comercial: Es conocido como uno de los tipos de buceo más especiales ya que está enfocado exclusivamente a realizar esta actividad con fines lucrativos, para poder conseguir piedras preciosas, algas y perlas existentes únicamente en el medio subacuático y que en

algún punto pueden servir para la comercialización. En dependencia de lo que se esté buscando dependerá la técnica y la profundidad a alcanzar.

-Buceo deportivo: En esta categoría se incluye el buceo de competitivo y el recreativo, la diferencia radica en que el primero persigue objetivos más ambiciosos, como las superaciones de record mundiales o nacionales de profundidad y el segundo es aquel que se realiza con fines de diversión turísticos o no turísticos que pueden insertar actividades similares. El buceo recreativo se practica dentro de la llamada curva de seguridad, que indica para cada profundidad el tiempo máximo de permanencia, para poder subir a la superficie sin tener que hacer paradas de descompresión, recomendándose solo una parada 3 m de hasta 5 min como medida de seguridad. Se practica a una máxima profundidad de hasta 35 m. Generalmente está apuntado a personas que no tienen una alta certificación pero que le interesa practicarlo en sus vacaciones. Se requiere la constante presencia de un instructor capacitado para ofrecer las principales nociones y señales bajo el agua. Dentro del buceo recreativo se encuentra el buceo contemplativo, para el cual se utiliza mayormente equipos autónomos.

-Buceo profesional: Se realiza con buzos que hayan alcanzado todos los niveles de certificación, ya que la profundidad a alcanzar supera los 100 m, se necesitan un sistema de relojes para conocer la profundidad y cuánto aire le resta al tanque de oxígeno. Se realiza con fines más especializados como las investigaciones científicas y militares.

Los espacios marinos donde se realiza con mayor frecuencia las inmersiones están relacionados con barreras coralinas y barcos hundidos, cuevas, bajo hielo y las profundidades que pueden estar enmarcadas en los espacios anteriores.

La práctica del buceo como actividad turística, con un interés puramente de relajación y recreación abarca ambos tipos de técnicas, tanto “no autónoma” como “autónoma”, aunque en la mayoría de los casos se utilizan equipos y accesorios de buceo no autónomo.

Para este tipo de buceo se imparten básicamente 5 cursos de especialización (Easy Diver, Open Water Diver, Advanced Diver, Rescue Diver, First Aid Diver) a personas que se inicien o estén ya certificadas y de acuerdo al nivel alcanzado se otorgan certificaciones que determinan los niveles de los buceadores que van desde una hasta cuatro estrellas.

Dentro de la modalidad del buceo recreativo las principales actividades que se desarrollan están basadas en la observación de arrecifes, barcos hundidos y cavernas conocidas<sup>9</sup>, fotos y videos submarinos, competencias deportivas. En Cuba la práctica de esta actividad comienza a desarrollarse en 1968 de manera organizada, como miembro de la Confederación Mundial de Actividades Subacuáticas (CMAS)<sup>10</sup>, reconoce certificaciones de todas las Federaciones Nacionales miembros de la misma y de organizaciones internacionales (Anexo 2). En La Habana se encuentra la subsede principal de la CMAS en

---

<sup>9</sup> En el caso de este buceo su práctica se ejecuta a partir de aprobaciones puntuales y particulares de la Comisión Nacional de la Náutica y/o organismos rectores.

<sup>10</sup> CMAS: Organización que avala las certificaciones nacionales para que tengan validez internacional.

Cuba denominada Federación Cubana de Actividades Subacuática (FCAS), y es presidida por Débora Andollo; Camagüey posee otra subsección y se pretende que la provincia de Matanzas alcance el próximo puesto. La FCAS es la organización que rige la actividad a nivel nacional y adopta el sistema de aprendizaje que propone la Agencia Europea de Buceo (ESA por sus siglas en inglés) cuyo objetivo es formar a los buzos desde el nivel inicial hasta alcanzar el nivel profesional o instructor, en el que se incluyen conocimientos acerca de los valores de la naturaleza, las amenazas que actualmente presenta y la importancia de contribuir de forma positiva a proteger el medio ambiente. El curso tiene una duración de 5 días incluye 5 inmersiones, 2 en agua confinadas y 3 en mar abierto, tendrá 4 encuentros teóricos y concluye con un tes de 50 preguntas.

Entre los principales centros de buceo se destacan en La Habana, Varadero, Guardalavaca (Holguín), Cayo Coco (Ciego de Ávila), Santa Lucía (Camaguey) y Santiago de Cuba.

La provincia de Matanzas es rica en potencial para esta modalidad, sobre todo en el polo turístico de Varadero. Aunque este no es el mejor sitio para bucear en Cuba, especialmente porque sus áreas de buceo se encuentran alejadas de la costa, con excepción de la playa “El Coral”, que cuenta con más de 32 sitios de buceo que se extienden por 40 millas, con profundidades que van desde los 4 m hasta los 35 m. En esta zona se pueden encontrar barreras coralinas, cuevas, túneles y cangilones tapizados por corales de diversas formas y tipos, además de barcos con varios años de sumergidos en estos fondos. Varadero cuenta con tres centros de buceo equipados completamente con un personal altamente calificado: Centro Internacional de Buceo Barracuda, Centro de Buceo Marina Chapelin (Aquaworld) y la Marina Gaviota.

Uno los factores determinantes de la apuesta por la diferenciación se encuentran los de la permanencia del turismo como actividad económica, la rentabilidad, desestacionalización y la generación de sinergias entre los espacios turísticos (Yepes y Amor, 2000). En la investigación se trata de complementar estas sinergias entre el espacio litoral y natural que a la vez, el uno complementa al otro brindando el atractivo natural esencial para la diferenciación e integración que generen productos turísticos más competitivos, atrayentes y conservados.

Es por ello, que las áreas marinas protegidas deben adaptarse para combinar la conservación con el uso público, y para ello es vital el cumplimiento de los estándares de protección que poseen cada CIAS<sup>11</sup> en los que resaltan aspectos como el monitoreo y señalización de las zonas de buceo, la capacidad de carga, la ejecución con guías especializados, la rotación anual de descanso de los puntos de buceo y la utilización del equipamiento adecuado para cada práctica.

Los beneficios del turismo de naturaleza en las Áreas Marinas Protegidas (AMPs) pueden ser significativos, incluyendo el potencial de generación de ingresos para el manejo y el considerable aumento que están experimentando las actividades subacuáticas mayormente

---

<sup>11</sup> CIAS: Centro de Interpretación Ambiental Subacuático que se encuentra dentro de Áreas Marinas Protegidas, en el que se encuentra el personal preparado para realizar programas de conservación, monitoreo, uso público interpretación y educación ambiental bajo estándares internacionales.

el buceo recreativo. Con ello, nuestro país puede esperar un incremento futuro del nivel de visitación dentro del Subsistema Nacional de Áreas Marinas Protegidas.

## **Conclusiones**

La fragilidad de los ecosistemas marinos exige su protección y conservación para el desarrollo de las modalidades turísticas como la práctica del buceo recreativo, que con una adecuada planificación, genera sinergias de protección sobre la población local, las especies marinas y el territorio terrestre y subacuático.

La sobreexplotación de destinos hace que las estrategias se desvíen hacia destinos alternativos de apoyo, con atractivos que permitan el desarrollo de productos turísticos que incursionen en otras modalidades como el turismo de naturaleza. En tal sentido, la comunidad local juega un papel esencial en la organización y gestión, por lo que es vital su participación activa en la toma de decisiones.

## **Bibliografía**

Arocena, J. 1995. El desarrollo local: un desafío contemporáneo". Editorial Nueva sociedad. Venezuela.

Albuquerque, 1996. Dos facetas del desarrollo económico y local: fomento productivo y políticas frente a la pobreza. Cuadernos ILPES. Santiago de Chile.

Altés, C. 1999. Marketing y Turismos. Introducción al marketing de empresas y destinos turísticos. Editorial INSETUR. Madrid. España.

Becerra Lois, F. A. & Diez Valladares, O. R. 2008. El espacio regional como escenario de los procesos de globalización. La región ante el nuevo milenio. En Barrios Napurí, C. (Ed.): Ed. EUMEDNET, Universidad de Málaga, España.

Bigné, E.y otros. 2000. Marketing para destinos turísticos. ESIC Editorial. Madrid.

Blanco, M. 2008. Guía para la elaboración del plan de desarrollo turístico de un territorio. Documento producido en el marco del Convenio de colaboración entre IICA Costa Rica y el Programa de Desarrollo Agroindustrial Rural (PRODAR). San José, Costa Rica.

Bosier, S. 1999. Desarrollo local: ¿de qué estamos hablando? En Revista paraguaya de Sociología. Asunción. N°104.

Boisier, S. 2001. Crecimiento y desarrollo territorial endógeno. Observaciones al caso Chileno. Seminario Internacional Desarrollo endógeno en territorios excluidos, organizado por el Instituto de Desarrollo Regional de la Universidad de la Frontera, a realizarse el 27 de Noviembre de 2001 en Temuco, Región de la Araucanía, Chile.

Bote, V.1990. Planificación económica del turismo. De una estrategia masiva a una artesanal, Editorial Trillas, D. F., México.

Brenner, E. 2002. El reto de la conservación ambiental y la diversificación del turismo masificado de balneario: el diseño de una estrategia para caldas novas, Brasil. Tesis de doctorado. Universitat Autònoma de Barcelona. Departamento de Geografía. Bellaterra (Cerdanyola del Vallès). Consultado mayo de 2010. Disponible en: [www.tesisenxarxa.net/TESIS\\_UAB/AVAILABLE/TDX.../elb01de19.pdf](http://www.tesisenxarxa.net/TESIS_UAB/AVAILABLE/TDX.../elb01de19.pdf)

Carpio, J. 2000. Desarrollo local para un nuevo desarrollo rural. Anales de Geografía de la ISSN: 0211-9803. 2000, 20: 85-100 Universidad Complutense. España.

Carrera, V. Y Salazar A. L. 2002. Análisis y plan de marketing para redefinir el manejo del complejo termal turístico Telésforo Villacres L. – Baños. Tesis de Grado previa a la obtención del Título de Economista con Mención en Gestión Empresarial. Especialización: Marketing. Termas San Vicente” Escuela Superior Politécnica del Litoral Instituto de Ciencias Humanísticas y Económicas. Guayaquil – Ecuador.

Castanedo, Y. 2010. Diseño de un producto turístico de naturaleza en el municipio Martí. Tesis presentada en opción al título de Licenciado en Turismo. CETUM. Facultad Industrial- Economía. Universidad de Matanzas. Cuba.

Ceballos-Lascuráin, H. 1987. Estudio de Prefactibilidad Socioeconómica del Turismo Ecológico y Anteproyecto Arquitectónico y urbanístico del Centro de Turismo Ecológico de la Reserva de la Biósfera Sian Ka'an, Q.R.; México. Estudio para SEDUE, México, DF.

Ceballos-Lascuráin, H. 1993. Tourism, ecotourism, and protected areas. 34th working session of the commission on the national parks and protected areas, Perth, Australia. 26-27 November.

Costa, A. M. 2007. Los cambios socioculturales y el turismo rural: el caso de una posada familiar. Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. Vol. 5 N° 1 págs. 45-52. 2007. ISSN 1695-7121.

Deng, J. and Dyre, D. 2009. Linking Tourism Resources and Local Economic Benefits: A Spatial Analysis in West Virginia. Research Paper 2009-6. Recreation, Parks, and Tourism Resources Program, West Virginia University. EEUU. Consultado mayo de 2010. Disponible en: [www.rri.wvu.edu/pdf/seedgrantwpdeng.pdf](http://www.rri.wvu.edu/pdf/seedgrantwpdeng.pdf)

Di Pietro P. 2000. Hacia un desarrollo integrador y equitativo: una introducción al desarrollo local. Ministerio de Desarrollo Social y Medio Ambiente.

Drumm, A. Y Moore A. 2002. Desarrollo de ecoturismo. Un manual para profesionales. Editorial Alex C. Walker Educational & Charitable Foundation. The Nature Conservancy, Arlington, Virginia, USA.

Eagles, P. F. J. 1997. International Ecotourism Management: using Australia and Africa as case studies. University of Waterloo, Ontario, Canada. N2L 3G1 and Chair of Task Force on Tourism and Protected Areas Commission on National Parks and Protected Areas World Conservation Union (IUCN). Disponible en: <http://www.ahs.uwaterloo.ca/rec/ecotour.htm>

Fagundo, J.R. P. y González, S. 1999. El agua de mar y la Talasoterapia. En: Contribución a la Educación Ambiental y la Protección Ambiental. ISCTN, Cátedra de Medio Ambiente, La Habana, 182-191, 999.

Fariborz A. & Sarjit S. 2010. Tourism Development in Local Communities: As a Community Development Approach. Marsland Press Journal of American Science 2010;6(2):155- 161]. (ISSN: 1545- 1003. Consultado mayo de 2010. Disponible en: [www.americanscience.org/.../26\\_1215\\_Communities\\_am0602.pdf](http://www.americanscience.org/.../26_1215_Communities_am0602.pdf)

Font, M. y otros. 2006. Producto turístico y participación comunitaria, necesidad impostergable. Monografías. CD-R ISBN 959-16-0490-4. disponible en el sitio <http://monografias.umcc.cu> Universidad de Matanzas. “Camilo Cienfuegos”

Font, M. y Mpamba, L. 2006. Acerca del turismo de naturaleza. Monografías.com. Consultado mayo de 2010. Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos37/turismo-naturaleza/turismo-naturaleza2.shtml>

Gaceta Oficial de la República de Cuba. 2010. DECRETO-LEY No. 269/10. Ministerio de Justicia. Gaceta Oficial No. 001 Extraordinaria de 4 de enero de 2010. Consejo de Estado de Cuba.

Instituto de Turismo de España. 2008. Estudios de Productos Turísticos. Turismo de Montaña. Turespaña. España.

Kotler, Philip 1997. Mercadotecnia para Hotelería y Turismo. Primera Edición. Prentice Hall, México.

Kotler, P y otros.1997. Mercadotecnia para Turismo y Hotelería. México/New York: Prentice Hall.

Machado, E. L. y Hernández, Y. 2007. Procedimiento para el diseño de un producto turístico integrado en Cuba. Teoría y Praxis 4 (2007: 161-174). La Habana. Cuba.

MDGF. 2010. Local Development Initiatives for Tourism Development in Kars. Grants Programme. Grant Application Guideline. Reference: MDG-F 1792/CP2010. Alliances for Culture Tourism in Eastern Anatolia (UNJP) and United Nations Development Programme (UNDP). Consultado mayo de 2010. Disponible en: [www.undp.org/tr/.../MDGF1792\\_Guideline%20for%20Applicants\\_02July2010](http://www.undp.org/tr/.../MDGF1792_Guideline%20for%20Applicants_02July2010).

Medina, N y Santamaría, J. 2004. Turismo de naturaleza en Cuba. Ediciones Unión. La Habana. Cuba. Editorial NOMOS S.A. Impreso en Colombia. 232 pp.

Melara, G. 2009. El turismo en la lógica de la sostenibilidad y el desarrollo local. Reflexiones sobre tres estudios de caso de Costa Rica, Bolivia y el Salvador... DELOS Desarrollo Local Sostenible. Revista Desarrollo Local Sostenible. Grupo Eumed.net y Red Académica Iberoamericana Local Global. Vol 2, N° 5 (junio 2009). Consultado mayo de 2010. Disponible en: [www.eumed.net/rev/delos/05](http://www.eumed.net/rev/delos/05)

Middleton, V.T. C.1988. Marketing in travel and tourism. Heinemann. Oxford.

MINCETUR (Ministerio de Turismo del Perú). 2006. Manual para la formulación de inventario de recursos turísticos a nivel nacional. (Fase I – Categorización). Dirección Nacional de Desarrollo Turístico. Dirección de Desarrollo del Producto Turístico. Lima. Perú. Consultado en enero de 2010. Disponible en: [www.elac.uca.edu.ni/pd/uestradar/files/.../Manual de Inventario OCT2006.pdf](http://www.elac.uca.edu.ni/pd/uestradar/files/.../Manual_de_Inventario_OCT2006.pdf)

MINCETUR (Ministerio de Turismo del Perú). 2007. Manual para la formulación del inventario de recursos turísticos a nivel nacional. (Fase II – Jerarquización). Dirección Nacional de Desarrollo Turístico. Dirección de Desarrollo del Producto Turístico. Lima. Perú. Consultado en enero de 2010. Disponible en:

[www.mincetur.gob.pe/.../Manual de Inventario OCT2006 FASEII.pdf](http://www.mincetur.gob.pe/.../Manual_de_Inventario_OCT2006_FASEII.pdf)

Ministerio de Turismo (MINTUR) - Ministerio de Ciencia, Tecnología y Medio Ambiente (CITMA) - Ministerio de la Agricultura (MINAG). 1999. Resolución conjunta nº 1 – 99. Consultado en enero de 2010. Gaceta Oficial de la República de Cuba Disponible en: [http://www.snap.cu/articles.php?article\\_id=5](http://www.snap.cu/articles.php?article_id=5)

OMT. 2004. Artículo de síntesis del diálogo “Turismo, diversidad cultural y desarrollo sostenible”. Forum Barcelona del 14 – 16 julio. España.

Otero, A. M. 2005. Hacia un manejo sustentable de los atractivos turísticos en las áreas protegidas. Facultad de Turismo. CEPLADES-TURISMO. Universidad Nacional del Comahue. Buenos Aires. Argentina.

Pereira, B. 2008. Local development initiatives: the case of São Paulo and ABCD municipalities. 14º Congresso da Associação Portuguesa para o Desenvolvimento Regional 4 a 6 de Julho de 2008. University of Lisbon. Portugal. Consultado mayo de 2010. Disponible en: [unl-pt.academia.edu/.../LOCAL DEVELOPMENT INICIATIVES THE CASE OF SÃO PAULO AND ABCD MUNICIPALITIES.pdf](http://unl.pt/academia.edu/.../LOCAL_DEVELOPMENT_INICIATIVES_THE_CASE_OF_SÃO_PAULO_AND_ABCD_MUNICIPALITIES.pdf)

Promperú- Comisión de Promoción del Perú. 2001. Productos turísticos sostenibles: experiencias en el Perú. Manual de Sistematización. 1ª edición. ISBN: 9972-603-62-8. Lima. Perú.

Ruíz, C. y Florián, L. 2004. Inventario de atractivos turísticos del Norte de Potosí. Ministerio de Desarrollo Económico. Viceministerio de Turismo. Unidad de Planificación. Bolivia.

SECTUR (Secretaría de Turismo). 2001. Integración de Agrupamientos Turísticos Competitivos “Clusters Turísticos”. Programa de Competitividad. Col. Chapultepec Morales C. P. 11580. México, D. F.

SECTUR (Secretaría de Turismo). 2002. Como desarrollar productos turísticos competitivos. Manual para emprendedores, pequeños empresarios y responsables de la administración turística. Programa de Competitividad. Col. Chapultepec Morales C. P. 11580. México, D. F.

SECTUR (Secretaría de Turismo). 2002. Competitividad y desarrollo de productos turísticos exitosos. Programa de Competitividad. Col. Chapultepec Morales C. P. 11580. México, D. F.

SECTUR (Secretaría de Turismo). 2003. Guía muestra para la identificación y diseño de productos de turismo cultural de las ciudades mexicanas Patrimonio de la Humanidad: Guanajuato, Morelia, Querétaro y Zacatecas Programa de Competitividad. Col. Chapultepec Morales C. P. 11580. México, D. F.

SECTUR (Secretaría de Turismo). 2004. Turismo alternativo, una nueva forma de hacer turismo. Primerts S.A. de C.V. Gerardo del Castillo -Daniela Larbanois. México.

Schweitzer, P. 2008. Turismo y Desarrollo Local. Diploma Superior Desarrollo Local y Economía Social. FLACSO.

UICN. 2004. El turismo de naturaleza como motor del desarrollo sostenible. Comunicado de prensa. Seminario Mediterráneo sobre Áreas Protegidas y turismo de naturaleza del 6 al 17 septiembre de 2004 Málaga, 6 de septiembre de 2004. Disponible en: <http://www.iucn.org/places/medoffice/docmento/seminario-azar-04.pdf>

Valls, J.F. 1996. Las claves del Mercado Turístico. Cómo competir en un nuevo entorno. Ediciones Deusto. Bilbao. España.

Valls, J.F. 2004. Creando estructuras para la política turística y gestión de destinos. Implicación de los agentes e integración de las funciones coordinadoras al servicio de la planificación de los destinos. ESADE. Conferencia Consejo Educación OMT. Madrid.

Vázquez-Barquero, A. 1988: Desarrollo local: una estrategia de creación de empleo, Pirámide, Madrid.

Vázquez-Barquero, A. 2009. Desarrollo local, una estrategia para tiempos de crisis. Universitas Forum, Vol. 1, No. 2, May 2009.

Vera. J. F. y otros 1997. Análisis Territorial del Turismo. Una nueva Geografía del Turismo, Editorial Ariel, Barcelona, 443 pp.

Villasuso, I. y otros. 2007. Plan de Manejo Área Protegida Reserva Ecológica Mono- Galindo. CITMA- MINAGRI. Matanzas.

Yunis Ahúes, E. 2004. El imperativo de la sostenibilidad en el turismo del siglo XXI. Forum Barcelona 2004. Intervención del jefe de desarrollo sostenible, OMT. Julio 2004. 9 pp.

Zimmer P. y Grassmann S. 1996. Evaluar el potencial turístico de un territorio. Sociedad FUTOUR Umwelt-und Tourismus-und Regionalberatung GmbH & CoKG. Taller en Sierra de Gata (Extremadura, España) del 10 al 13 de enero de 1996.