

DISEÑO DE GUIONES METODOLÓGICOS DE RECORRIDOS GUIADOS METHODOLOGICAL SCRIPT DESIGN OF GUIDED TOURS

AUTORES: Naima Pino Urías¹

Ricardo Enrique Pino Torrens²

Graciela Urías Arboláez³

DIRECCIÓN PARA CORRESPONDENCIA: npino@uclv.edu.cu

Fecha de recepción: 10-01-2016

Fecha de aceptación: 15-02-2016

Resumen

En Cuba la actividad turística ha ido ganando auge durante las últimas décadas. Entre los atractivos ofertados se encuentran los productos de recorrido, que en la mayoría de las ocasiones requieren de un guía para su conducción. El guía de turismo es uno de los principales comunicadores de un destino; su trabajo es dinámico y requiere de mucho tiempo y organización. Los productos que conduce el guía están diseñados con anterioridad, pero el guion del recorrido que va a llevar a cabo tiene que ser creado por él, lo cual ocurre no pocas veces, de forma espontánea y generalmente poco organizada; esto constituye un serio problema para desarrollar la actividad. En la literatura consultada se detectan carencias de metodologías o procedimientos para el esbozo de los guiones para la conducción de recorridos guiados, así como poca orientación con respecto a la aplicación de las técnicas de interpretación del patrimonio natural y cultural, causas por las cuales el trabajo del guía se presenta como un proceso empírico y espontáneo, es por ello que la presente investigación propone un procedimiento para el diseño de recorridos turísticos guiados; en ella se explican las técnicas de guiaje y de interpretación del patrimonio. Este procedimiento es aplicable a todas las modalidades turísticas y a todos aquellos productos que requieran de la actuación de un guía para que su trabajo sea organizado, orientado en sus objetivos y estrategias, y logre comunicar una imagen de destino adecuada a los intereses del mercado y del país.

Palabras claves: interpretación del patrimonio; guiaje turístico; técnicas comunicativas para el guiaje.

Abstract

In Cuba, tourism boom has been gaining in recent decades. Among the attractions that are offered travel products, which in most cases require a guide for driving. The tour guide is one of the main communicators of a destination; his work is dynamic and

¹Magister en Ciencias. Docente Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas. Cuba.

²Doctor en Ciencias. Docente Investigador Universidad Nacional de Educación. Ecuador. E-mail: ricardo.pino@unae.edu.ec

³Doctor en Ciencias. Docente Investigador Universidad Nacional de Educación. Ecuador. E-mail: graciela.urias@unae.edu.ec

requires a lot of time and organization. The leading products are designed guide before, but the script of the route that will take place has to be created by him, which happens not infrequently, spontaneously and generally poorly organized; this is a serious problem for the activity. In the literature lacks methodologies or procedures for the outline of the scripts for conducting guided tours and detected little guidance regarding the application of the techniques of interpretation of natural and cultural heritage, which causes work the guide is presented as an empirical and spontaneous process, which is why this research proposes a method for the design of guided tours; it guaije techniques and heritage interpretation are explained. This procedure applies to all forms of tourism and all those products that require the performance of a guide for your work organized, oriented in its objectives and strategies, and the ability to communicate an image appropriate destination to the interests of the market and country.

Keywords: Heritage interpretation; tourism guaije; communicative for guaije techniques.

INTRODUCCIÓN

Se considera el turismo una de las actividades económicas fundamentales, este constituye un pilar de desarrollo económico y social capaz de generar importantes fuentes de ingresos en divisas y nuevas oportunidades de empleo que fomentan, en gran medida, el impulso económico de las comunidades locales y las relaciones de interculturalidad. (Leyva, 2010)

Para ello en Cuba se han constituido varias regiones de desarrollo turístico priorizado, todas con su imagen propia en función de los mercados y segmentos que se quieren captar. Entre ellas encontramos La Habana, Varadero, Jardines del Rey, el norte de Camagüey, el litoral norte holguinero, Santiago de Cuba, la costa sur central con los destinos Cienfuegos y Trinidad, y el archipiélago Los Canarreos.

Las principales promotoras del turismo en Cuba han sido las agencias de viaje, ya que son las que comercializan los productos de las regiones antes mencionadas, manejan flujos constantes de viajeros e integran, en paquetes o excursiones, productos que cubren en gran medida las necesidades de los clientes tanto reales como potenciales.

Estas entidades constituyen sin duda, un elemento determinante en la distribución de los servicios turísticos como intermediarias, productoras y asesoras, (Alfonso, 2010). En la actualidad se han convertido en un eslabón fundamental en la actividad turística al lograr alto grado de especialización y diversificación.

Estas son reconocidas por ser las que mantienen un contacto más estrecho con el cliente durante su estancia, en aras de potenciar y promover su clara vocación de servicio, trato personalizado y calidad hacia los clientes, han incorporado a sus productos un

servicio que ofrece valor diferencial a estos: el guiaje turístico.

El guía turístico asume un rol protagónico, abarca conocimientos sobre los recursos disponibles, instruye sobre los valores del país y brinda calor humano que lo convierte en un valor añadido en el destino Cuba. El guía actúa como intérprete del rico patrimonio nacional y permite el acceso de visitantes de todas partes del mundo a las costumbres, historia, valores, idiosincrasia, riqueza arquitectónica del pueblo cubano.

Las nuevas tendencias de la demanda, cada vez más experimentada, conocedora y con necesidad de nuevas experiencias de viajes, requieren con mayor apremio de la labor del guía de turismo por ser este, un profesional que ofrece un relevante servicio turístico como exponente fundamental del patrimonio de cualquier país o región turística; patrimonio que no puede quedar relegado solo al interior de un museo o a un sitio histórico, sino que incluye también múltiples expresiones culturales, las cuales, tomadas en su conjunto, constituyen el legado de un pueblo. (Pedroso, 2001)

El guía es el vínculo entre la actividad turística y la interpretación del patrimonio; se convierte así, en una herramienta sumamente eficaz para dotar de valor y significado al patrimonio, y lograr que los visitantes accedan de una forma amena y agradable a conocimientos sobre la conformación de la identidad cultural nacional. (Guzmán, 2009)

Diversos autores han trabajado el tema del turismo y dentro de él la profesión del guía turístico; han establecido pautas para la estructuración, comportamiento, competencias y cualidades que se deben desarrollar para dicha profesión, tal es el caso en el ámbito nacional de Brito (2006); García (2012); Hernández y Rodríguez (2013); Machado, E. L. (2010); Martín (2013); Perelló, J. L. (2010); Pedroso, I. (2001), entre muchos otros.

En el plano internacional, autores como Aldridge (1973); Amendariz, Sosa y Puca, Tilden (1957); Ayes (2011); Báez, A. (2009); Bertonatti (2010); Bohórquez (2010); Civitarese (1997); Dolores Vidal (2014); Edwards (1976); Marticorena (2013); Risk (2009); Zenzano y Mercado (2006), trabajan elementos relacionados con el guía de turismo, las técnicas de guiaje y la interpretación patrimonial, como fuente y estrategia, para desarrollar correctamente las conducciones de los recorridos turísticos guiados.

Como máxima responsable de la prestación de los servicios de asistencia y representación turística, en el destino se encuentra la Agencia de Viajes Gaviota Tours Centro, receptor del Grupo de Turismo Gaviota S.A.; la misma pone a disposición del cliente, programas turísticos variados con el apoyo especial de un colectivo de guías especializados en varios idiomas quienes conducen las visitas turísticas.

La actividad de guiaje en la agencia de viajes Gaviota Tours Centro está dirigida a la prestación profesional a los clientes

del servicio de asistencia, acompañamiento e información en materia cultural, artística, histórica, sociopolítica y geográfica en los recorridos y visitas programadas; o sea, recibir, despedir y guiar a los turistas individuales y/o en grupos en el cumplimiento de la programación turística, tales como: traslados de los aeropuertos a entidades hoteleras u otras instalaciones turísticas y viceversa, y en excursiones o recorridos, ofreciendo siempre una imagen adecuada del Producto Cuba.

Sin embargo, la preparación de los guías para la ejecución de las excursiones se limita al seguimiento de guiones elaborados de forma empírica, mal estructurados y con carencias en el manejo de las técnicas de interpretación del patrimonio y del guiaje turístico, o a la lectura y búsqueda dispersa de fuentes secundarias de información como libros, revistas y plegables turísticos. Esta situación incide de forma negativa en la adecuada puesta en valor de los recursos y atractivos turísticos, y revela dificultades en la planificación y organización de las acciones de guiaje concebidas para la conducción de excursiones. Este escenario permite establecer la situación problemática que fundamenta la presente investigación, definiéndose como objeto de investigación: la preparación del guía para la actividad de guiaje turístico en la Agencia de Viaje Gaviota Tours Centro.

De esta forma, la carencia de un procedimiento, científicamente fundamentado que posibilite la elaboración de guiones metodológicos de recorridos guiados donde se apliquen las técnicas de guiaje e interpretación patrimonial, y permita organizar las acciones de guiaje en los productos de recorrido, constituye el problema científico.

En aras de ofrecer una solución al problema científico planteado y teniendo en cuenta las consideraciones anteriores, se formula la hipótesis o alternativa de solución de la investigación como sigue: Si se elabora un procedimiento científicamente fundamentado, para el diseño de guiones metodológicos de los recorridos guiados, se contribuirá al mejoramiento de la planificación y organización de las acciones de guiaje para la ejecución de los diversos productos de recorrido.

Desde el punto de vista metodológico se define como variable causa-independiente: el procedimiento para la elaboración de guiones de recorridos turísticos guiados, y como variable efecto-dependiente: el mejoramiento de la planificación y organización de las acciones de guiaje y la preparación integral del guía para la ejecución de los recorridos que conduce.

En correspondencia con la hipótesis planteada, y para darle solución al problema de la investigación se establece como objetivo general: Elaborar un procedimiento que permita diseñar guiones metodológicos para recorridos guiados aplicando las técnicas de guiaje e interpretación patrimonial como herramienta que contribuya a planificar y organizar las acciones de guiaje turístico.

En aras de contribuir al cumplimiento del objetivo general de la investigación se definen como objetivos específicos:

1. Analizar teórica y metodológicamente los fundamentos científicos relacionados con el turismo y la actividad de guiaje turístico, así como la situación actual de esta actividad en la Agencia de Viajes Gaviota Tours Centro.
2. Diseñar y fundamentar un procedimiento que permita elaborar guiones metodológicos de recorridos guiados aplicando las técnicas de guiaje turístico e interpretación patrimonial.

La novedad científica de la presente investigación está dada por la creación de un procedimiento que permita la elaboración de guiones de recorridos guiados utilizando las técnicas de guiaje e interpretación patrimonial. El procedimiento que se fundamenta en la presente investigación contribuye al perfeccionamiento de la labor del guía de turismo, aprovechando los diferentes atractivos del entorno para lograr una correcta interpretación de estos según las técnicas que se puedan aplicar en cada caso, así como el adecuado comportamiento de los guías, ya que se describen las técnicas operativas de guiaje a adoptar según el tipo de excursión.

DESARROLLO

El procedimiento que se propone tiene el propósito organizativo del quehacer práctico del guía turístico. Es un resultado relativamente estable que se obtiene en un proceso de investigación científica, responde a un objetivo de la teoría y/o la práctica, se sustenta en un cuerpo teórico (categorial y legal), es un proceso lógico conformado por "etapas", "eslabones", o "pasos" condicionantes y dependientes que, ordenados de manera particular y flexible, permiten el logro del objetivo propuesto.

Cada una de las etapas mencionadas, incluye un sistema de procedimientos que son condicionantes y dependientes entre sí y se ordenan lógicamente de una forma específica, tiene un carácter flexible y responde a un ordenamiento lógico.

El procedimiento para elaborar guiones metodológicos de recorridos guiados es el conjunto de fases, productos, actividades y premisas que permiten orientar al guía de turismo para que sea capaz de planificar sus recorridos guiados, a partir de las técnicas de guiaje y de la interpretación del patrimonio, en relación con el Feedback que reciben de los guaje ya realizados.

Premisas para la implementación del procedimiento

Para la implementación del procedimiento es necesario tener en cuenta diversas premisas como requisitos, sin los cuales no sería viable su aplicación, por lo que constituyen un paso fundamental para la aplicación del procedimiento propuesto, las cuales se describen a continuación:

- La premisa básica del procedimiento puntualiza su aplicación únicamente a productos de recorrido que requieran de la actuación de un guía.

Definiendo como recorrido, según el autor Hernández (2013), a circuitos, itinerarios y excursiones turísticas que en sí mismas o en su combinación, de forma tal que contemplen en su programación la visita a atractivos de carácter multimodal (historia, cultura, religión, etc.) y la estancia o tránsito por un destino no tenga como centro las actividades de alojamiento y restauración sino el recorrido (visita) en sí por sus atractivos.

- El procedimiento debe aplicarse a partir de la formación de un equipo de trabajo de forma tal que constituya una herramienta para el guía y un documento rector para la agencia de viajes que oferte el producto, esto permitirá la integración para contribuir a la creación de una experiencia a vivir y no un simple viaje contemplativo, y constituya una herramienta de aprendizaje que permitirá el redescubrimiento del saber popular, las exigencias de un conocimiento vinculado a las personas que configuran su contexto de surgimiento, dando la oportunidad a las poblaciones rurales y urbanas de exponer su propia situación y condiciones de vida. (Machado y Hernández, 2009; 2010)
- En el equipo de trabajo construido se deberá velar por el comportamiento comunicativo de sus integrantes, garantizando de esta forma que el guion que se obtenga como resultado de su aplicación transmita los valores de los patrimonios interpretados.

El procedimiento que se propone tiene como objetivo crear una herramienta dúctil, flexible, adaptable, que pueda ser utilizada por los guías de turismo o todo aquel profesional interesado en elaborar el guion de un recorrido guiado.

El procedimiento se divide en dos fases con varios indicadores a analizar en cada una de ellas. Abarca todos los conocimientos básicos necesarios para el correcto desarrollo de una actividad de guiaje. Se comienza por un diagnóstico de la actividad de guiaje en el producto donde se establecen criterios de valoración del desempeño del guía en la conducción del recorrido. Finalmente, se establecen las medidas y los elementos necesarios para el desarrollo del guion. A continuación se representa gráficamente en la figura el esquema del procedimiento.

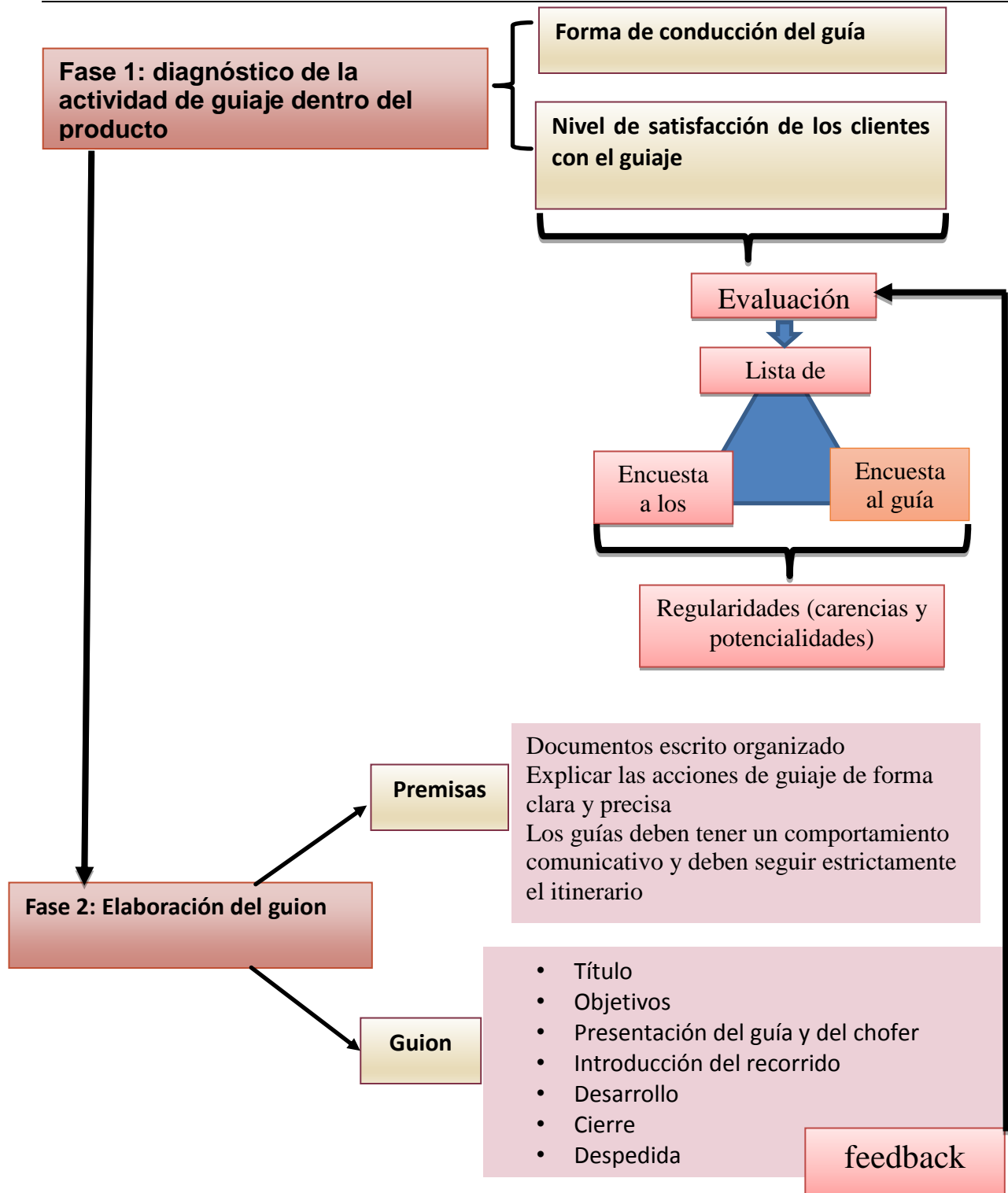


Fig. 1. Esquema del procedimiento elaborar el guion de un recorrido guiado.

A la hora de diseñar el guion se deben tener en cuenta determinados atributos que lo caracterizan, de modo que en la presentación del documento final y durante su implementación se pongan de manifiesto:

- Ser un documento escrito de forma sistemática y estructurada.
- Explicar de forma clara las acciones a desarrollar en cada momento.
- Debe ser:
 - Sencillo y fácil de entender, práctico y realista en cuanto a las acciones que se propongan;
 - Flexible y con gran facilidad de adaptación a los cambios.
 - Elaborado para ser puesto en marcha realmente.
 - Debe permitir la adaptación del guion a las características de personalidad de cada guía que lo vaya a poner en ejecución.
 - Aplicar correctamente las técnicas operativas de guiaje y las técnicas de interpretación del patrimonio, adecuadas a las características del atractivo a poner en valor.
 - Tener en cuenta las acciones comunicativas a llevar a cabo por el guía y los clientes.
 - Dar espacio al intercambio y las preguntas que deseen realizar los clientes.
 - Establecer mecanismos de retroalimentación por parte del guía ya que cada actividad de guiaje es única y representa una nueva experiencia para el aprendizaje y enriquecimiento profesional del guía.
- Los ejecutores del guion (guías) deberán cumplir los siguientes requisitos:
 - Debe atender y asistir al cliente.
 - Conducir, informar y supervisar que se cumpla todo el recorrido
 - Hacer cumplir lo ofrecido y orientar al turista durante su recorrido.
 - Transmitir información y a la vez provocar nuevas experiencias sensitivas en los clientes

A continuación, se describe, de forma detallada cada una de las fases e indicadores que se proponen en el procedimiento para la elaboración de guiones de recorridos guiados.

Fase 1: Diagnóstico de la forma de conducción del producto por parte del guía

La forma de conducción del producto por parte del guía es otro de los elementos a tener en cuenta. La manera en que el guía conduce

La excursión se analiza desde varios puntos de vista. Un observador/investigador utiliza el método de observación participante, completando una lista de chequeo, el guía que conduce la excursión contesta una encuesta y al final de la excursión se le aplica una encuesta de satisfacción a los clientes que han participado en el recorrido, pero analizando la satisfacción que ellos presentan con el guía, con la actividad de guiaje desarrollada por él.

Cada participante responderá a los mismos indicadores; el uso de las técnicas operativas de guiaje, uso de técnicas de interpretación del patrimonio, uso de técnicas comunicativas y otros elementos como son la creatividad, la espontaneidad, la seguridad en sí mismo.

Cada instrumento será confeccionado de acuerdo con el rol que desempeñen las personas a quienes se les aplicará. Así es el caso de la encuesta al guía, el cual estará autoevaluando su trabajo, por lo que no se le puede preguntar directamente sobre si usa o no las técnicas referidas, sino que se moldea la pregunta de tal forma que el investigador logre saber si las usa o no, o si tiene conocimiento de ellas o no sin que sea explícitamente.

Lo mismo sucede con la encuesta de satisfacción al cliente, el cual no tiene por qué tener conocimiento técnico de la actividad de guiaje. Para lograr este efecto se le cuestiona sobre las sensaciones, experiencias, placeres sentidos durante el recorrido.

Lo fundamental es que las preguntas elaboradas no pueden perder la esencia de cuestionar sobre los indicadores que se trabajan. Puede ocurrir que el investigador sea el propio guía, ya que él mismo elaborará el guion, entonces solo se aplicarían dos instrumentos.

El análisis final se logra a partir de la triangulación de los resultados, contrastando cada una de las respuestas según el indicador, comunes para cada instrumento. Según Denzin (1970) la triangulación es la combinación de dos o más teorías, fuentes de datos, métodos de investigación, en el estudio de un fenómeno singular. La triangulación de resultados tiene como ventaja la posibilidad de adquirir un conocimiento más amplio y más profundo del objeto de análisis.

De la triangulación se obtienen carencias y potencialidades. Las potencialidades son elementos positivos que deben ser utilizados durante la elaboración del guion, características a resaltar y facilidades del guía para desarrollar su actividad.

Por el contrario, las carencias son aquellos elementos negativos que existen dentro de la actividad de guiaje y que deben ser corregidas, superadas para con ello perfeccionar la labor del guía en la conducción del recorrido que se estudia.

Fase 2: Elaboración del guion del recorrido guiado

El objetivo de esta fase es elaborar un guion metodológico para la conducción del recorrido guiado que constituya una herramienta para facilitar el trabajo del guía de turismo.

Para la elaboración del guion es necesario que se establezcan premisas, requisitos indispensables para lograr el objetivo final; primeramente, la formación de un equipo de trabajo, ya que un producto turístico está condicionado por múltiples factores, por ello el equipo debe estar conformado por varias personas conocedoras del producto. El guía es el gestor principal del guion, y para su elaboración debe apoyarse en varios especialistas conocedores de los elementos externos pertenecientes al producto y que no dependen de la gestión del guía.

El guion que se diseñe debe ser adaptable a la personalidad del guía, que este pueda modificarlo de acuerdo con las características personales y profesionales sin que el guion pierda su esencia.

Se deben utilizar correctamente todas las técnicas, tanto operativas como de interpretación. Estos elementos no pueden verse aislados, ya que se suceden de manera simultánea durante el recorrido. No pueden verse desligados los elementos comunicativos de la lengua, los elementos que conllevan a la puesta en valor del patrimonio y los aspectos técnicos de la conducción de un recorrido.

Para elaborar el guion se deben seguir un grupo de pasos:

- La presentación del guía es el paso que da inicio a la actividad de guiaje, donde va siempre a utilizar su nombre de pila (del guía y del chofer). Se da la bienvenida y se agradece a los clientes el haber escogido el producto, la agencia o entidad que lo oferta.
- La introducción del recorrido no es más que una breve información sobre el itinerario, se establecimiento de las pautas de conducta, se esclarecimiento los aspectos concernientes a la seguridad y el acomodamiento (música y clima en la parte vehicular del recorrido).
- Para ejecutar el desarrollo del recorrido se debe tener en cuenta si el recorrido es vehicular (técnicas de guiaje para un recorrido vehicular en anexo 7) o si es un recorrido pedestre (técnicas operativas de guiaje pedestre en anexo 8). Si el recorrido es ecuestre se utilizan las técnicas de guiado de naturaleza, (Anexo 9). Puede suceder que en un recorrido se utilicen varias formas de transportación durante la excursión, en ese caso se debe realizar un análisis para vincular las técnicas.
- La puesta en valor de los atractivos es un elemento imprescindible en la aplicación de este procedimiento y responde a los objetivos primordiales del mismo. Para ello

se enuncia el nombre del atractivo, se realiza una breve descripción del mismo y se establecen las posibles técnicas a aplicar (técnicas de interpretación del Patrimonio en Anexo 10)

- En el cierre del recorrido se ofrecen agradecimientos a los clientes, se les incita a volver, es una oportunidad para aplicar alguna encuesta o simplemente intercambiar con ellos sobre sus experiencias durante el recorrido para conocer su opinión y elementos que desde sus puntos de vista pueden ser perfectibles y finalmente la despedida.

Feedback. En esta fase se emplean los instrumentos aplicados en la fase 1 y 2; la observación participante (lista de chequeo) por parte del observador y del guía que conduce el recorrido objeto de estudio, y la encuesta de satisfacción a los clientes que participan en este recorrido. Al tener los resultados de cada uno de los instrumentos se triangulan los mismos, de igual manera que se hizo en la fase 3. Al tener los resultados de la triangulación de la fase 3 volver a triangular los resultados del feedback, se realiza un análisis antes-después para estudiar los cambios ocurridos en la actividad de guiaje turístico a partir de la aplicación del guion metodológico elaborado por el guía utilizando el procedimiento propuesta.

CONCLUSIONES

El guiaje turístico constituye una de las herramientas más importantes de la cual se vale la institución turística para adentrarse con éxito en el mercado disponible para consumir su producto. Orientar al turista ávido de experiencias particulares a partir de la labor de un guía, garantiza entre otros aspectos, la apreciación real y consciente de los productos naturales, sociales, culturales, patrimoniales, históricos de un país o una región; no obstante, aun cuando esta potencialidad es conocida, son numerosos los ejemplos que demuestran que se desaprovechan.

Los métodos e instrumentos científicos que se aplican para evaluar el funcionamiento de la actividad de guiaje dentro del producto facilitan la detección de problemáticas asociadas al conocimiento y empleo de las técnicas de interpretación del patrimonio por los guías que ejecutan el producto. La triangulación de datos permite el contraste de los resultados de la aplicación de los instrumentos, lo cual conlleva a tener una base científica fundamentada sobre la cual elaborar el guion del producto.

La elaboración del guion debe realizarse de forma coherente, organizada, estructurada sobre la lógica funcional de la actividad de guiaje, permitiendo el uso correcto de las técnicas de interpretación del patrimonio y las técnicas operativas de guiaje.

REFERENCIAS

Aldridge, D. (1975). *Guide to Countryside Interpretation, Part I: Principles of Countryside Interpretation and Interpretive Planning.*

HMSO for Countryside Commission and Countryside Commission for Scotland.

Alfonso, Y. (2010). *Las agencias de viajes*. [En línea]. Disponible en: <http://www.monografias.com> [Accesado el día 23 de octubre de 2013]

Ayes, G. (2011). *Patrimonio e Identidad*. Editorial Científico-Técnico, La Habana.

Báez, A. (2009). *La escucha efectiva en la comunicación*. Madrid, España.

Barranco, L. (2013). *Técnicas de guianza*. [En Línea]. Disponible en: <http://luzmarinabarranco.blogspot.com/2013/04/tecnicas-de-guianza.html> [Accesado el día 18 de diciembre de 2013]

Behórquez, D. (2010). *Técnicas de guía*. Universidad Privada de Tacna. [En línea]. Disponible en: <http://buenastareas.com.pdf> [Accesado el día 6 de enero de 2015]

Bernal, M. et al. (2003). "Los estudios de mercados, una necesidad en las organizaciones" en *Monografías*. [En Línea] Disponible en: <http://www.monografias.com> [Accesado el 13 de mayo de 2010].

Bertonatti, C.; Iriani, O. y L. Castelli. (2010). "Los centros de interpretación como herramientas de conservación y de desarrollo" en *Boletín de Interpretación*. Número 23, septiembre 2010, pp. 21-26.

Crous-Costa, N., Vidal-Casellas, D (2014). Análisis del papel de un museo nacional dentro de una destinación de turismo urbano: el caso del museo nacional de arte de Catalunya. *RITUR-Revista Iberoamericana de Turismo* 4, 4-21.

Crous-Costa, N., Vidal-Casellas, D (2014). La experiencia laboral durante los estudios universitarios: el rol las prácticas en los estudios de turismo. *RITUR-Revista Iberoamericana de Turismo* 3 (2), 3-16.

Denzin, N.K. (1970). *Sociological Methods; A source book*. Aldine Publishing Company. Chicago.

García, L. (2012). "Análisis del guíaje turístico en el sitio Patrimonio de la Humanidad la Lonja de los Mercaderes de Valencia" en *Boletín de Interpretación*. Número 26, mayo 2012, pp. 10-12

Machado, E. (2011). *Diseño de Productos Turísticos Integrados. Aplicación en la región central del destino Cuba*. Tesis doctoral. Universidad Central Marta Abreu de Las Villas. Santa Clara. Cuba.

Martín, I. y F. Martín. (2013). "Reflexiones en torno al uso de la Interpretación del Patrimonio para la sostenibilidad turística en áreas rurales" en *Boletín de Interpretación*. Número 28, julio 2013, pp. 6-8.

Martín, R. (2003). *Manual de Teoría y Práctica del Turismo*. Texto Docente de la Universidad de La Habana, Centro de Estudios Turísticos. [En Línea] disponible en: <http://intranet.uclv.edu.cu/fiit/cetur> [Accesado el 3 de febrero de 2007].

Pedroso, I. (2001). *El Guía de turismo: Principal Agente de Información en un Destino Turístico*. Escuela de Hotelería y Turismo de Camagüey.