



DISPONIBLE: <http://revistas.utm.edu.ec/index.php/Recus>

La Gestión Integrada del Turismo de Naturaleza y Cultural en la Provincia de Huambo. República de Angola

*"Elías Chilembo" **

Resumen

En este trabajo se busca valorizar e implementar la gestión integrada de turismo de naturaleza y cultural de la provincia de Huambo, en Angola. La gestión integrada es tenida como una nueva forma de enfocar las actividades de las diversas organizaciones para gestionar integralmente las diferentes variables, que son de interés económico y de ocio. La gestión integrada es también considerada como una forma de responder a las exigencias en los mercados nacionales e internacionales. El turismo por su vez tiene la gran ventaja de contribuir a reducir la pobreza y desigualdad social, a través de la creación de nuevos empleos directos e indirectos en el mundo. Angola y la provincia de Huambo en particular tienen muchas potencialidades turísticas que todavía no han sido aprovechados cabalmente; constituyendo una necesidad implementar una gestión integrada de turismo a nivel de la provincia.

Palabras clave: Gestión, gestión integrada, turismo, turismo natural y cultural.

Integrated Management of Natural and Cultural Tourism in Huambo Province, Republic of Angola

Abstrac

In this paper, the objective is to evaluate and implement the integrated management of nature and cultural tourism in the province of Huambo, Angola. Integrated management is seen as a new way of approaching the activities of the various organizations to fully manage the different variables, which are of economic and laser interest. Integrated management however, is also considered as a way to respond to the demands in national and international markets. Tourism as a matter of fact has the great advantage of contributing to reducing and social inequality, through the creation of direct and indirect jobs in the world. Angola and the province of Huambo in particular have many tourist potentialities that have not yet been fully utilized; constituting a need to implement an integrated management of tourism at the province level.

Keywords: Management, integrated management, tourism, nature and cultural tourism.

Dirección para correspondencia: eliaschilembo@gail.com

Artículo recibido el 01 - 05 - 2016

Artículo aceptado el 15 - 03 - 2017

Conflicto de intereses no declarado

Fundada 2016 Unidad de Cooperación Universitaria de la Universidad Técnica de Manabí, Ecuador. Todo



"a) Profesor de La Universidad José Eduardo dos Santos(Facultad de Economía), Angola, eliaschilembo@gail.com"

1. Introducción

Una de las herramientas para el alcance del desarrollo, en las organizaciones públicas y privadas que se dedican al desarrollo del turismo, es la implementación de una gestión integrada y al respecto la (OMT) Organización Mundial del Turismo (2012), destaca:

La gestión integrada hace referencia a una nueva forma de enfocar las actividades de una organización para gestionar integralmente las diferentes variables que son de interés para la misma. Es una forma de responder a las nuevas exigencias en los mercados nacionales e internacionales.

Por lo que será destacado en el trabajo.

Según (Pereira, 2000), la gestión integrada incorpora actividades de diversas áreas de la empresa, busca esfuerzos conjuntos para mejorar la posición frente a la competencia en el mercado y garantiza la colaboración de todos en el desarrollo de gestión. Por lo que se hace necesario ampliar y profundizar en los elementos que se destacan en la gestión integrada.

Betancourt (2015) plantea la complejidad del producto turístico como el conjunto de elementos que intervienen en la experiencia turística (medio ambiente, infraestructuras, servicios, alojamiento, entre otros componentes), exige la coordinación de un conjunto de políticas sectoriales que deben integrarse para la formación de una estrategia de desarrollo del turismo en el territorio. De ahí que el gobierno provincial de Huambo esté realizando un estudio para trazar una estrategia de desarrollo turístico que permita explotar este región de desarrollo.

Betancourt (2015) continúa exponiendo que para llevar adelante la gestión turística se hace necesario contar con una estructura administrativa que asuma el liderazgo del plan desde las instancias de los gobiernos locales y pueda impulsar la participación de todos los agentes implicados directa e indirectamente en el desarrollo turístico, lo cual incluye a la población, a través de procesos de cooperación y coordinación que permitirán articular los objetivos del desarrollo.

De igual modo, Vieira (2014) plantea que la gestión integrada es importante para el desarrollo y el crecimiento de la actividad turística, por proporcionar la colaboración entre la gestión pública y privada y otras entidades, lo que facilita la solución de problemas y permite una mejor distribución de las responsabilidades.

Según Machado (2011) y Manente (2008) el sistema de gestión integrada del destino turístico, lo conforman dos dimensiones, una interna, la cual representa el soporte de la actividad turística, armónicamente integrado al turista, y como resultado de esta integración se obtendrá una segunda dimensión, lográndose la creación de sistemas de calidad y de gestión en función de la sostenibilidad de los productos; es decir el papel de la gestión de destinos es administrar y apoyar la integración de diferentes recursos, actividades y agentes envueltos a través de políticas y medidas apropiadas.

El turismo nace en el siglo XIX como necesidad de desplazamientos cuya finalidad principal es el ocio, descanso, cultura, salud, negocios o relaciones familiares; además proporciona oportunidades de aprender y saber más de otras realidades.

La atracción turística de la Isla de Amores en el municipio de Ekuinha vinculada con la inauguración del puente sobre el río Kuito en septiembre

de 1933, cuando un grupo de trabajadores envueltos en la construcción del referido puente decidieron realizar un almuerzo y otras actividades recreativas y turísticas en aquel lugar. Después del almuerzo ese local fue marcado de otras actividades. Así, el mismo grupo de trabajadores contactaron al rey de la región (Soba de Chipala) y eso también llevó al conocimiento del administrador del municipio de Chipeo (señor Raposo). En este local permanecen hasta hoy las infraestructuras de piedra y avenaría construidas en la época colonial para las actividades turísticas. Así, se dio inicio al turismo en Huambo, actividades que conocerán su incremento con la intensidad del comercio en esta provincia. También se afirma que el tipo de turismo más frecuente en ese tiempo era el turismo de negocios.

Para Pereira (2000) el aumento de la riqueza, de la clase de los comerciantes y la secularización de la educación, estimuló el interés por otras culturas, así como la introducción del concepto de que los viajes fuesen una forma de educación.

Según la OMT (1994) el turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocio y otros.

El titular del Ministerio de Hotelería y Turismo de Angola (MINHOTUR), afirma que el turismo es una industria de capital importancia para el crecimiento económico de los países y una gran herramienta en el combate contra la pobreza y la desigualdad social (Unit, 2011 y Mutindi, 2014).

Durante las últimas décadas el turismo ha experimentado una permanente expansión y diversificación, llegando a ser uno de los sectores económicos más importantes y de mayores crecimientos a escala mundial (OMT, 1994).

Los gastos por visitante en alojamiento, bebidas, transporte, entretenimiento y compras son un pilar importante de las economías de muchos destinos, dando un giro necesario a empleos y oportunidades para el desarrollo.

En correspondencia se valora que el turismo tiene la gran ventaja de contribuir a la reducción de la pobreza en el mundo, por lo que se puede afirmar que apostar por el turismo es apostar por el desarrollo del país.

Plaggio (2001) plantea que el turismo puede estimular la conservación de ecosistemas, la rehabilitación de parajes y monumentos históricos, la transformación de viejos edificios en nuevos centros turísticos, y da un nuevo impulso a producciones tradicionales en base a sus recursos naturales, para el disfrute de turistas y de habitantes locales.

El objetivo de este artículo es describir la necesidad de una gestión integrada de turismo de naturaleza y cultural en la provincia de Huambo. Según ((SEFOTUR)¹, 2016; Vicente, 2004; Delgado, 2008 y (UNCTAD)², 2013) un Sistema de Gestión Integrada (SGI) cubre varios temas dentro del mismo, cuyo propósito en las empresas turísticas, es crear un alto valor agregado mediante servicios de calidad, aprovechando las ventajas de las cadenas turísticas por lo que la podemos considerar como una actividad económica importante que permite contribuir al desarrollo económico del país, representando un excelente medio para impulsar el desarrollo económico y una mejor distribución de la riqueza, es por tanto un dinamizador de la economía y generador de empleos, considerando las

¹ Secretaría de Fomento Turístico

² La Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo

expectativas de los viajeros los que son cada vez más exigentes y segmentados.

En la provincia de Huambo se hace necesario aplicar este SGI con el fin de desarrollar el turismo de naturaleza y cultural, no como actividades turísticas independientes sino como una unidad orgánica que los vincule y permita la explotación de todas sus áreas turísticas cuyo objetivo es mantener también el medio ambiente.

2. Material y Métodos

2.1. Turismo de naturaleza

Los espacios naturales son superficies de tierra o agua que constituyen una unidad ecológica, que puede tener protección legal o no. De ser legal sería un espacio natural protegido, con el objetivo de conservar un patrimonio natural, preservar ecosistemas, comunidades, especies o procesos biológicos, por su mero valor de existencia o por servicios cuyo disfrute no implica la apropiación y extracción de recursos (Vicente, 2004).

Los espacios turísticos naturales emergen asociados al patrimonio natural representado por formaciones físicas, biológicas, geológicas, geomorfológicas y paisajísticas excepcionales desde el punto de vista estético y científico. Consideran además cualquier manifestación cultural pasada y presente.

El turismo en espacios naturales se desarrolla en zonas naturales protegidas o no, diferentes de los núcleos urbanos, o insertadas en espacios rurales, cuando no se vincula la actividad agropecuaria específica, porque para los fines de esta investigación se asume de forma diferente el turismo rural y natural.

El turismo de naturaleza incluye a todas aquellas modalidades del turismo en que la motivación del viaje o la selección del destino están determinadas por el disfrute de la naturaleza o de los componentes de la misma. El turismo de naturaleza responde normalmente a una especialización de la motivación vacacional, y por tanto, de partida debemos considerar que compite como tal con el resto de motivaciones y productos del turismo vacacional, de los cuales el sol y playa es uno de los más consolidados.

La Secretaría de Fomento Turístico de México define el turismo de naturaleza como una actividad turística que se desarrolla sin alterar el equilibrio del medio ambiente, promoviendo la conservación de los ecosistemas existentes, realizando actividades recreativas de apreciación y de conocimiento de la naturaleza a través de la interacción con la misma (SEFOTUR, 2016).

De modo que un recurso turístico es todo elemento natural, toda actividad humana o el resultado de la misma que puede generar un desplazamiento por motivo de ocio, y al añadir a este recurso turístico, la infraestructura, los equipamientos y los servicios, se obtiene el producto turístico.

La Secretaría de Turismo de España (SECTUR), UNCTAD y SEFOTUR definen el turismo de naturaleza como viajes que tiene como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y las expresiones culturales, que le envuelven con una actividad y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales (SECTUR, 2017; UNCTAD, 2013 y

SEFOTUR, 2016). SEFOTUR (2006) define el turismo de naturaleza como:

Una actividad turística que se desarrolla sin alterar el equilibrio del medio ambiente promoviendo la conservación de la naturaleza y los ecosistemas existentes, realizando actividades recreativas de apreciación y de conocimiento de la naturaleza a través de la interacción con la misma.

El turismo de naturaleza incluye a todas aquellas modalidades del turismo en que la motivación del viaje o la selección del destino están determinadas por el disfrute de la naturaleza o de los componentes de la misma.

A partir de los planteamientos anteriores se puede decir que el conocimiento del medio social y del medio natural son algunas de las bases de la actividad turística, de ahí la necesidad de hacer un estudio de cuáles son las potencialidades de la provincia que permiten establecer una estrategia paulatina de desarrollo turístico.

El turismo orientado a la naturaleza se fundamenta principalmente en el comportamiento y la motivación del posible cliente: un viaje de placer inspirado primordialmente por las características naturales de un área determinada. El viaje tiene como objetivo específico experimentar este ambiente natural, estudiándolo, admirándolo o disfrutándolo, es importante destacar que no se debe confundir el turismo de naturaleza en el contexto africano con los patrones antiguos de relacionarlo con la caza de animales.

El turismo de naturaleza incluye todo: paisajes, cuerpos de agua, vegetación y vida silvestre, caminatas, aventura, observación de especies y muchas otras, las que desarrolladas como turismo tradicional de masas y sin control, pueden conllevar a la degradación de áreas de gran valor para el futuro y generar pérdidas de la diversidad biológica y cultural.

Se hace necesario destacar los principios por los que se rige el turismo de naturaleza (Eagles, 1997). Los principios fundamentales en los que se basa el turismo de naturaleza son:

1. El doble papel que debe jugar el producto de la oferta turística, pues las ofertas de turismo de naturaleza pueden, combinadas, constituir un producto turístico en sí, complejo, capaz de atraer segmentos de mercado.
2. En el ordenamiento territorial, tiene como objetivo el uso racional de los recursos naturales, aprovechamiento óptimo de los espacios y propiciar la equidad social, e incluye un trabajo riguroso de planeamiento y ordenamiento territorial integral, en el que se consideran las potencialidades y restricciones de los lugares y escenarios, y se garantiza respeto de la legislación ambiental vigente, así como todas las regulaciones, tanto generales como específicas que estuvieron establecidas para cada sitio.
3. El tercer principio es el de la sostenibilidad, el turismo de naturaleza debe basarse y respetarse a ultranza de los principios de la Sostenibilidad Integral: en lo económico, social, cultural, y ambiental.

Eagles (1997) analiza las dimensiones en que se basa el turismo de naturaleza. Estos son:

1. La dimensión y variación.
2. La experiencia.
3. El nivel de dependencia de la naturaleza es alto.
4. La intensidad de interacción varía.
5. Se estimula la sensibilidad social.
6. La duración de experiencia es larga.

La relación cultura y turismo en la actualidad forma parte de las políticas que se trazan con el objetivo de animar la actividad turística en muchas localidades que dentro de un país o de una provincia se pueden explotar. No en todos los países, prevalece el turismo de sol y playa, por lo que una forma de desarrollo turístico lo constituye el desarrollo del turismo cultural el cual ha ido ganando espacios, aunque muchos investigadores consideran que todavía es insuficiente en el diseño y la práctica del turismo.

La cultura se está convirtiendo en motivación de viaje para los vacacionistas que arriban, a tono con la proyección del turismo hacia una mayor identificación con los valores del entorno y las expresiones culturales de cada zona geográfica, visitando su idiosincrasia y patrimonio. Proporciona entonces la reconocida riqueza cultural de una ciudad, una provincia, territorio, un país lo que constituye una ventaja comparativa y competitiva al poseer el potencial necesario para el desarrollo, de manera particular, de la modalidad denominada como Turismo Cultural.

Por otra parte, es importante considerar que el Turismo Cultural representa una variable estratégica e importante alternativa del desarrollo turístico, que puede contribuir a mitigar la estacionalidad del sector, uno de sus principales *hándicaps*, y a prepararla de cara a la futura apertura de nuevos mercados.

Augusti (2008) refiere que la práctica turística cultural es un fenómeno antiguo en el que confluyen motivaciones, expectativas y comportamientos a menudo contradictorios. Eso implica decir que la sede de conocimientos y el deseo de disfrutar de las maravillas del mundo, ha impulsado el desarrollo del turismo cultural.

Delgado (2008) afirma que el turismo cultural, es entendido como la búsqueda de experiencias gratificantes por parte de los viajeros a partir del disfrute de los recursos patrimoniales culturales de los lugares visitados, y manifiesta que esta ha sido una de las modalidades turísticas que ha experimentado un gran auge en medio de estas condiciones, produciéndose una integración de lo cultural con casi todas las formas de hacer turismo.

Las culturas y civilizaciones juegan un papel importante en el momento de facilitar un diálogo entre personas de diferentes culturas. Esto atrae muchos turistas y es fuente de desarrollo, dando una oportunidad adicional a muchos países no-industrializados.

La cultura en el sentido más amplio de la palabra es una gama de recursos materiales abundantes y altamente móviles, y muestra las manifestaciones que desarrolla el pueblo a través, de la danza, de las artes plásticas, de la cultura culinaria, y la música, entre otras manifestaciones. La cultura es ciertamente la base del turismo internacional y en la realidad facilita el crecimiento y desarrollo de muchas sociedades.

En la actualidad en la provincia de Huambo el gobierno a través de la Dirección Provincial de Educación, y de Cultura, ha comenzado a desarrollar diversos proyectos encaminados a lograr que independientemente de la penetración cultural extranjera, se mantenga y se defienda la identidad cultural, tanto de Huambo como del país. Ejemplo se proyecta que los viernes los estudiantes vistan con ropas tradicionales ya sean trajes modernos, u otros, defendiendo su cultura e identidad.

2.3. Turismo en el mundo

La OMT plantea que las llegadas de turistas internacionales a escala mundial han pasado de 25 millones en 1950, a 278 millones en 1980, 527 millones en 1995 y 1,133 millones en 2014. De forma análoga, los ingresos

por turismo internacional obtenidos por los destinos de todo el mundo han pasado de 2000 millones de dólares en 1950 a 104.000 millones en 1995 y 1 425 000 millones en 2014 (UNWTO, 2015).

Según las previsiones a largo plazo de la OMT, las llegadas de turistas internacionales a escala mundial crecerán un 3.3% anualmente entre 2010 a 2030, hasta alcanzar los 1,800 millones y también en el mismo período, se prevé que el ritmo de crecimiento de llegadas a destinos emergentes será más de 4,4% al año que es el doble de llegadas a economías avanzadas que es más de 2.2% al año. La cuota de mercado de las economías emergentes ha aumentado del 30% en 1980 al 45% en 2014 y prevé que alcance el 57% en 2030, lo que equivale a más de mil millones de llegadas de turistas internacionales (UNWTO, 2015).

Europa, la región más visitada del mundo, registró un crecimiento del 5% en las llegadas de turistas internacionales, un resultado superior al de las demás regiones (UNWTO, 2015).

Así, para África, la OMT (2010) prevé un alto potencial para la expansión del turismo en los próximos años, específicamente en países como Botswana, Cabo Verde, Namibia y Sudáfrica.

Dipanda, el diario del gobierno de Angola expone en el 2014 que el país tiene muchas bellezas naturales y culturales. Cuenta con 7 regiones biogeográficas consideradas maravillas dentro del país, y Huambo es una de ellas, lo que la convierte en una de las provincias de mayor diversidad paisajística y por lo tanto, destino privilegiado para practicar turismo de naturaleza, también posee diferentes sitios ricos por la cultura de los pueblos Ovimbundu.

Entre otros sitios para la práctica del turismo, podemos encontrar: las piedras de Ndala Kalunga (donde se encuentra la tumba del fundador de Huambo) y el Reino del Bailundo (reino tradicional más importante del país). La provincia es también muy rica en danzas tradicionales (danzas folklóricas) como Otchiyanda y Olundongo y diversas bellezas naturales, tales como: la montaña do Moko (el punto más alto del país), las aguas frías y calientes de Hama, entre otros. Sin embargo, estos lugares y las actividades que se realizan allí no han sido utilizados en función del desarrollo turístico de Huambo.

2.4. Situación actual del turismo en la provincia

La provincia de Huambo, es una región con alta biodiversidad natural y cultural que incentiva el desarrollo de la actividad turística que puede llegar a constituir un destino turístico preferido por nacionales y extranjeros que lo convierta en un sector estratégico para el desarrollo de la provincia.

Antes de la guerra, Huambo era considerado el segundo mayor parque industrial y comercial de Angola, en los momentos actuales a pesar de la situación de crisis económica se aprecia que el gobierno de la provincia busca en la revitalización del turismo un crecimiento moderado que le permita recuperarse de los efectos de la mencionada etapa y de la actual crisis que atraviesa el país.

En el Plan director de Turismo de Angola (MINHOTUR) (2014) se plantea que se dispone de una red hotelera compuesta por 75 hoteles y 50 restaurantes, que representan un 2.2% del total del país, 150 agencias de transporte (autobuses), un vuelo diario para otras provincias y la posibilidad de escala que realiza el tren de Benguela dos veces a la semana. En el 2014 el sector del turismo ofreció empleos a 1931 personas representando el 3.1% del empleo total del país. En este mismo año 28,160 turistas visitaron

la provincia de Huambo, en el universo total de 1, 316,000 visitantes del país, lo que representa el 2.4 % del número total de visitantes; muy inferior comparado con la cantidad de turistas que visitaron las ciudades de Luanda con 73,6%, Benguela 8.1% y Lubango 5.8% respectivamente.

3. Resultados

En la provincia de Huambo a pesar de existir importantes potencialidades de recursos naturales y culturales para el desarrollo turístico no existe una gestión integrada de estos recursos para incidir de manera directa en el desarrollo de la provincia a partir del turismo y no se cuenta con un programa de desarrollo para la actividad turística. Por lo que se comienza por parte del gobierno a consolidar una gestión integrada teniendo en cuenta los elementos anteriormente expuestos, la presente investigación está dirigida a buscar las diversas vías que permitan dar solución a esta problemática.

La provincia de Huambo tiene un conjunto de potencialidades que le permitirán desarrollar un turismo de naturaleza a través de la gestión integrada que le facilita la vinculación con el turismo cultural por sus fuentes y riquezas naturales y su cultura popular. Fernando Cavinda jefe del Departamento de Hotelería y Turismo destacó entre los 116 puntos de intereses turísticos de la provincia a Huambo.

4. Discusión

La gestión integrada del turismo es la estrategia en que todos los actores intervinientes asumen la responsabilidad de implementar acciones coordinadas con el objetivo de solucionar los problemas o dar respuesta a las necesidades del medio local o de una comunidad.

El turismo genera beneficios múltiples a los países, provincias y comunidades, a través del aumento de ingresos y empleos a la población, al turista, la experiencia de vivir con otras culturas y entrar en contacto con la naturaleza y paisajes.

El turismo es ampliamente considerado como parte del desarrollo económico, sociocultural e ambiental de varios países, proceso que ha evolucionado constantemente, dando origen a nuevas formas de gestión, como la gestión integrada del turismo.

El turismo cuando es bien planeado es generador de empleos y riqueza a través del intercambio cultural, vía para la conservación de bellezas naturales y culturales como promotor de positivas mudanzas sociales y conservando siempre el medio ambiente.

En el contexto de la provincia de Huambo para que se desarrolle a través del turismo, es necesario la integración e interacción de los agentes que convoyen esa actividad como las iniciativas privadas y públicas. Las regiones de Bailundo, Alto Hama, Vila Flor, que son lugares de mayor potencial turístico, deben ser apoyadas con más recursos económicos con vista a impulsar esa actividad turística en la región.

Que haga el involucramiento redoblado de la población en las modalidades que permitan el contacto con la naturaleza y que se promueva la práctica de las actividades del campo para la valorización del medio natural.

Las autoridades gubernamentales de la provincia deberán crear las condiciones que permitan atraer y acoger los turistas, con seguridad y confort.

Referencias

- Augusti, L. (2008). Ciudad, Cultura y Modelos turísticos. España: Universidad de Barcelona.
- Betancourt, M. E. (2015). Retos de La Dirección. Camagüey: Universidad de Camagüey, Retos, vol. 9, n° 2.
- Delgado, N. (2008). Modelo para el desarrollo del Concepto de productos turísticos culturales. Contexto Varadero, Matanzas. Matanzas: Universidad de Matanzas "Camilo Cienfuegos" Facultad de Ingeniería Industrial. Departamento de Economía.
- Dipanda. (2014). Para Un Futuro Mejor. Playa, Habana: Servicios de Prensa de la Embajada de Angola en Cuba.
- 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>.
- Machado, E. (2011). Diseño de Productos Turísticos Integrados. Aplicación en la Región Central del Destino Cuba. Santa Clara, Cuba: Universidad Central "Marta Abreu" de las Villas.
- Manente, M. (2008). Gestión de Destinos y Antecedentes Económicos, definición y supervisión de destinos. Universidad de Venecia, Italia: Ciset.
- MINHOTUR. (2014). Plano Director do Turismo de Angola. Luanda, Angola: Orgal Lda.
- Mutindi, P. B. (2014). Boletín Estadístico do Mercado Hotelero e Turístico de Angola. Luanda, Angola: EAL.
- OMT. (2010). Introducción al Turismo. Madrid: OMT10.
- OMT. (2012). Panorama OMT de Turismo Internacional. Geneva: Edition 2012.
- Pereira, A. (2000). Turismo y Desarrollo. Argentina: P. Hall.
- Plaggio, C. (2001). Turismo de Naturaleza. Una Opción para la Conservación y el Desarrollo de la Reserva de Biosfera Bañados del Este. Rocha, Uruguay: PROBIDES.
- Red Mexicana de Ecoturismo/Planeta.com (2014). Ecoturismo, Naturaleza y Desarrollo Sostenible/Planeta.com. <http://www.planeta.com/ecotravel/mexico/strategy/2.html>.
- SECTUR. (2007). El Sector Turístico 2007-2008. Cámara de Diputados H. Congreso de La Unión; México: Centro de Estudios de las Finanzas Públicas.
- SEFOTUR (2016) Catálogo de programas de bienes y servicios públicos. Gobierno de Estado de Yucatán Comprometidos Con Tu Bienestar (2012-2018). México: SOF. SEFOTUR.

- UNCTAD, N. U. (2013, marzo 14 y 15). Conferencia de Las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo. Contribución del Turismo al desarrollo sostenible.
- Unit, U. (April 2011). Polais de Nations, CHI.1211. Switzerland: Geneva10.
- UNWTO. (2015). Panorama OMT del Turismo Internacional. Importancia del Turismo (pág. 12). Madrid, España: UNWTO 15.
- Vicente, F. (2004). Revista de Patrimonio Cultural, vol.2, n°2. PASOS, 243_256.
- Vieira, K. R. (2014, Junho 04 a 06). Gestão Integrada e Descentralizada: Desenvolvimento Social E Turístico No Destino Iguassu. Recuperado el março 17, .2014, de <http://poloiguassu-org/index.php/pt2011-05-02-1233-35/194>: <http://www.pologuassu.org>.