

*UNIVERSIDAD CENTRAL DE LAS VILLAS
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
DEPARTAMENTO ESTUDIOS SOCIOCULTURALES*



TESIS DE DIPLOMA

*Título: Estrategia de intervención sociocultural para la
formación de la cultura turística de la población residente en la
ciudad de Caibarién.*

Autora: Mildrey Perdomo Cruz.

*Tutores: Dr. Manuel Ramón González Herrera.
Lic. Gerardo Iglesias Montero.*

*Santa Clara
2008*

UNIVERSIDAD CENTRAL DE LAS VILLAS
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES
DEPARTAMENTO ESTUDIOS SOCIOCULTURALES



TESIS DE DIPLOMA

Título: Estrategia de intervención sociocultural para la formación de la cultura turística de la población residente en la ciudad de Caibarién.

Autora: Mildrey Perdomo Cruz.

*Tutores: Dr. Manuel Ramón González Herrera.
Lic. Gerardo Iglesias Montero.*

Santa Clara
2008

"La cultura engendra progreso y sin ella no cabe exigir de los pueblos ninguna conducta moral."

José Vasconcelos.

Dedicatoria.

Dedico este trabajo a todas las personas que confiaron en mí, me brindaron su apoyo y me exhortaron en los momentos más difíciles, para no decaer y continuar el camino:

A mis padres por obsequiarme su ternura y cariño.

A mi tía por su preocupación y su esfuerzo a diario.

A mi abuela, que ha pesar de ya no seguir entre nosotros dejó vivo su cariño y la necesidad de cumplir este, su mayor deseo.

A mi hermana que es mi mayorpreciado tesoro, le doy las gracias por existir.

A Tito que me brinda su aliento y es la razón de mi vivir.

A mis amigos, a mis tutores Manolito y Gerardo, ambos bellas personas, a todo el colectivo de la facultad.

Todos hermosas personas.

Agradecimientos.

Agradezco a todas las personas que de una manera u otra han contribuido a la realización de este trabajo, en especial a mi familia.

A mis padres, hermana y tía que siempre me han brindado su apoyo, dedicación y confianza.

A mi abuela por haberme querido y cuidado tanto.

A mi pareja por toda su paciencia y amor.

A la familia de mi novio por todo su cariño.

A mis amigas Ida y Keiling por su generosidad y ternura.

A mis tutores Manuel González Herrera y Gerardo Iglesias Montero por todo su apoyo y dedicación.

A los profesores de la facultad: Cebey, Tomy, Luisa, Sheila, Manolito Casanova, todos magníficas personas.

A mis compañeros de estudio en los cinco años de la carrera.

A todos.

Muchas gracias.

RESUMEN.

El turismo a escala mundial se incrementa. Cada vez son más los estados que lo incluyen en sus estrategias de desarrollo, donde lo cultural ha ido ganando espacios. De esta manera se hace impostergable promover el desarrollo sostenible del mismo, por la necesidad del propio turismo de mantener la calidad del ambiente cultural como el principal atractivo.

El presente trabajo, realizado en la ciudad de Caibarién ubicada en la región turística más importante de Villa Clara, reconstruye la historia cultural de la ciudad y hace un análisis del estado actual de la cultura turística de la población caibariense, -considerado como uno de los atractivos para el desarrollo de un turismo urbano patrimonial-; determina las causas, a partir de las cuales propone acciones estratégicas encaminadas a preservar, mantener y revitalizar dicha cultura turística, con vista a lograr el desarrollo sostenible de esta modalidad, a través de un Sistema de Gestión Integrada del Turismo Cultural.

ÍNDICE.

	Págs.
Introducción.	1
Capítulo I: Fundamentos teórico- metodológicos para la formación de la cultura turística en comunidades anfitrionas locales.	10
1.1 Referentes teóricos para la interpretación de las relaciones turismo- cultura- comunidad.	10
1.2 La gestión participativa del turismo cultural desde la comunidad.	19
1.2.1 La cultura turística. Su integración en las comunidades.	19
1.2.2 Planeación participativa de la intervención sociocultural para la formación de la cultura turística.	26
1.3 Reflexiones sobre los procesos de intervención sociocultural.	30
1.4 Las estrategias como resultado científico.	31
Capítulo II: Diagnóstico y proyección estratégica de intervención sociocultural para la formación de la cultura turística en Caibarién.	35
2.1 Caracterización de la ciudad de Caibarién.	35
2.2 Problemática local del desarrollo turístico en Caibarién.	39
2.3 Propuesta de estrategia de intervención sociocultural para la formación de la cultura turística en Caibarién.	41
2.3.1 Fundamentos de la estrategia.	41
2.3.2 Proyección estratégica para la formación de la cultura turística en la población anfitriona de Caibarién.	44
2.3.3 Plan de intervención sociocultural.	65
2.3.4 Valoración a través del criterio de especialistas sobre la pertinencia, factibilidad y aplicabilidad de la propuesta.	69
Conclusiones.	73
Recomendaciones.	74
Bibliografía.	75

INTRODUCCIÓN.

Varios siglos han sido testigos del crecimiento acelerado del turismo a escala mundial, sobre todo en las últimas décadas; condicionado por el grado de desarrollo de la humanidad en cada una de sus etapas.

Lo cultural ha ido ganando espacios en el diseño y la práctica del turismo, por lo que esta modalidad no puede verse fuera de este marco; además, por la fragilidad de los recursos que lo sustentan: los recursos culturales, presentes en el medio ambiente que el hombre transformó para su supervivencia y amparo, el medio ambiente urbano, necesitan de un cuidado especial porque aquí el daño es irreversible si se llega a romper el equilibrio establecido.

Pero son insuficientes las investigaciones que vinculen turismo, cultura y comunidad, lo cual es de vital importancia para el país.

Por esto se cree necesaria la realización de la presente investigación, que se inscribe en la región turística de Villa Clara, específicamente en el municipio de Caibarién, una de sus subregiones. Escogiéndose este lugar, precisamente, porque además de poseer valores naturales incalculables, presenta una población muy vinculada al mar, con hábitos, costumbres y tradiciones que así lo evidencian.

Otro elemento a considerar es que cuenta con un patrimonio arquitectónico y urbanístico de relevancia por su autenticidad e importancia histórica; que puede convertirse en atractivos histórico culturales únicos e irrepetibles para el desarrollo del turismo urbano patrimonial, complementario al producto de sol y playa que genera el destino turístico en formación Cayos de Villa Clara.

La concentración del desarrollo turístico de Caibarién hace que la población lo perciba como un hecho aislado, distante, que no tiene significativos vínculos con su vida, ni con su quehacer cotidiano.

La anterior condición hace que los anfitriones no estén preparados para establecer vínculos comunicativos con los turistas y que las instituciones encargadas de propiciar esa comunicación a escala social, no lo hayan tomado en cuenta, al menos hasta ahora.

El incipiente desarrollo turístico de Caibarién se ha encaminado únicamente a los polos enclavados en la Cayería (Las Brujas, Santa María y Ensenachos), mientras que la propia ciudad, con sus espacios potenciales, permanece ignorada hasta hoy, aún cuando la localidad posee una rica y larga tradición turística que viene desde el siglo XX y tiene suficientes atractivos a pesar de que sus valores arquitectónicos se deterioran aceleradamente. Efectivamente, la comunicación turista-anfitrión es muy limitada, no se promociona como opción de destino, en las guías turísticas, en los Brochure, Dosster y en otras opcionales y; la cobertura informativa a través de los medios de difusión masiva es extremadamente limitada.

El turismo cultural pudiera ser una importante oferta complementaria si dejara de ser formal el reiterado convenio Cultura-Turismo que se firmó sin un estudio profundo y real de los espacios potenciales y de la oferta cultural.

Se hace necesaria entonces, la realización de propuestas concretas que sirvan de sustento teórico y alienten la vía de ingresos económicos, intercambio cultural y fortalecimiento de los valores que es el tránsito del patrimonio cultural local a oferta cultural.

La oferta cultural en los hoteles del destino turístico en consolidación Cayos de Villa Clara carece totalmente de autenticidad y autoctonía, parte de un criterio esquemático y mutilado de la cubanía y un desconocimiento total de los elementos locales que pudieran despertar un interés especial, y diferenciar la oferta cultural de la de cualquier lugar del país.

La ciudad de Caibarién a menudo es frecuentada por grupos de visitantes, conducidos por guías turísticos quienes carecen de conocimientos profundos sobre los monumentos y edificaciones recorridos en el área del Parque "La Libertad", única visitada en esta variante.

A ello se une el desconocimiento de la población, tanto de los lugares de interés turístico en que habitan o que le rodean y de la forma en que debe interactuar con los turistas, por lo que se dan dos fenómenos opuestos, pero igualmente negativos: el asedio y el distanciamiento intencional.

Es importante abordar algunas consideraciones sobre las relaciones sociales en la ciudad de Caibarién, conocida también como La Villa Blanca.

La ciudad, con todo, es un espacio público donde se desarrolla cierta privacidad; las relaciones sociales en ella, reflejan, producen y reproducen esa lucha entre lo público y lo privado. Son relaciones sociales mediatizadas por funcionarios y otras personas con distintas ubicaciones con respecto a la toma de decisiones sobre la ciudad; políticos, profesionales, vecinos y visitantes.

Caibarién aunque no es una gran ciudad, la distingue su poca extensión territorial, apenas 426,1 kilómetros cuadrados, de ellos, 212,7 kilómetros cuadrados de cayos, que es donde se desarrolla la actividad turística, pero a la vez resalta el predominio de una población urbana, téngase en cuenta que de poco más de treinta y ocho mil habitantes, casi treinta y tres mil residen en la ciudad.

El municipio transita de la economía de producción material a una de prestación de servicios, donde el turismo es el componente principal, desplazando a los sectores de la pesca y la industria, que hasta hace unos cinco años fueron tradicionales aportadores de recursos a la municipalidad.

En cuanto a los medios de difusión masiva, Caibarién se distingue en el país desde finales del siglo XIX hasta 1959 con más de ciento veinte publicaciones periódicas, algunas de alcance continental, como: *“Rumbos Nuevos y Archipiélago”*. Con pocas excepciones casi todas estas revistas y periódicos promocionaban el turismo local con eslóganes como *“Caibarién, un lugar ideal de verano para hombres de negocios y profesionales... Playas propias en casi todas las parcelas... El lugar más tranquilo, fresco y saludable de Cuba.”*, entre otras.

En Caibarién la relación turista-anfitrión es esporádica, sin embargo por falta de una cultura turística general de la población, las relaciones interpersonales encuentran barreras comunicativas, no solo del tipo idiomáticas si no también de índole cultural.

Estas limitaciones en la población local son un obstáculo para la realización de sus funciones de anfitriones como son informar, orientar, asistir y ayudar entre otras.

El turismo en Caibarién se ha convertido en una importante fuente de empleo para la población del territorio. La construcción de un pedraplén a Cayo Santa María propició la puesta en explotación de una gran variedad de recursos naturales que constituyen un importante atractivo para el visitante extranjero deseoso de disfrutar de las opciones de sol y playa que allí se les ofrece.

Sin embargo, se ha podido comprobar que, un por ciento de los turistas que pasan por la ciudad de Caibarién, con destino a la cayería, se encuentren motivados por conocer sobre la misma (valores históricos-culturales, su vida cotidiana y su patrimonio cultural) pero, como los atractivos urbanos no están incluidos en una oferta turística, sencillamente, desconocen lo que aquí existe y su valor.

El conocimiento que de la historia local y los valores patrimoniales, tengan los trabajadores del sector, así como la comunidad que interactúa con el visitante, garantizará que el intercambio comunidad-turista sea efectivo. La comunidad, necesita comprender el fenómeno del turismo como premisa a fin de utilizarlo para el desarrollo positivo del territorio.

El turismo no es un fenómeno nuevo en el territorio si tenemos en cuenta que investigaciones realizadas por historiadores locales demuestran que los orígenes del turismo en Caibarién están ligados a la propia fundación y desarrollo de la villa. Sin embargo, la información de que se dispone en relación con este tema es escasa y se encuentra dispersa, sin que exista un material de consulta que la recoja.

Es preciso proyectar estrategias básicas de aprendizaje que respondan a los intereses y necesidades de la población local insertada al desarrollo turístico en condición de anfitriona. La internalización de dichas estrategias de aprendizaje depende en buena medida de la fase de motivación y orientación a los diferentes actores sociales comprometidos con el desarrollo turístico. Por este motivo el sistema de influencias educativas a de producirse en modalidades que respondan a las características de los públicos a los cuales se dirige.

Teniendo en cuenta que los turistas que visitan la Cayería Norte -destino turístico en consolidación- sienten la necesidad de conocer hábitos, costumbres, formas de vida, arquitectura; y como la ciudad de Caibarién es la porción de tierra firme más cercana,

es inminente el desarrollo del turismo en el territorio, por lo que a partir de la formación de una cultura turística, para su consolidación, como una oferta complementaria, investigación que actualmente se realiza; es necesario darle un tratamiento especial al patrimonio cultural, a las tradiciones pesqueras del municipio, entre otras, que sustentan esta modalidad turística, para su adecuada inserción a esta actividad, que en vez de causar su deterioro y desaparición por el contrario contribuya a su preservación, mantenimiento y revitalización, en función de brindar al visitante una experiencia única y enriquecer la vida espiritual de la población local.

Acerca de la temática no se conocen investigaciones precedentes en el territorio, lo que hace del presente estudio un instrumento importante a tener en cuenta.

Problema: La población residente en la ciudad de Caibarién carece de una cultura turística, lo que imposibilita el establecimiento del un diálogo entre turistas y anfitriones.

Objeto de investigación: la cultura turística en la ciudad de Caibarién.

Campo de acción: estará determinado por la gestión del turismo cultural.

Objetivo general:

Proponer una estrategia de intervención sociocultural para contribuir a la formación de la cultura turística de la población residente en la ciudad de Caibarién.

La **idea científica** que se orienta está encaminada a elaborar una estrategia de corte sociocultural para contribuir a la formación de la cultura turística de la población residente en la ciudad de Caibarién.

Tareas científicas:

1. Búsqueda bibliográfica en función de obtener información especializada sobre la temática, apoyada en investigaciones anteriores tanto nacionales como internacionales que permitan obtener la base teórico metodológica necesaria para el logro de los objetivos de la investigación.
2. Fundamentar la relación turismo-cultura-comunidad.

3. Diagnosticar el estado actual de la cultura turística en formación en algunas entidades, organizaciones, e instituciones de la ciudad de Caibarién.
4. Diseñar una propuesta de estrategia sociocultural para la formación de una cultura turística caibarienense.
5. Validar la propuesta elaborada mediante el criterio de especialistas.

En la investigación se trabajó con la **metodología cuanti-cualitativa**. La metodología cualitativa se tuvo en cuenta pues mediante la misma se estudia la realidad en su contexto natural, tal y como sucede, intentando interpretar los fenómenos de acuerdo con los significados que tienen para las personas implicadas, se intenta además alcanzar una visión holística (sistémica, amplia e integrada) del contexto objeto de estudio, su lógica, sus ordenaciones y sus normas explícitas e implícitas. Por su parte la metodología cuantitativa integra varios atributos del objeto o fenómeno y procesos que se desean medir para obtener variadas informaciones que pueden ampliar el espectro investigativo.

Del nivel teórico:

–Analítico sintético: Para penetrar en la esencia de la gestión del turismo cultural de la cultura turística de la ciudad de Caibarién, estudiando sus particularidades en el mundo, para establecer los presupuestos teóricos de la investigación, así como sus fundamentos y diseño de soluciones.

–Histórico lógico: Para estudiar el proceso de asimilación del espacio urbano haciendo énfasis en los problemas socioculturales generados en el municipio, a partir de la historia de Caibarién.

–Inductivo deductivo: Para establecer las direcciones necesarias en las etapas del proceso investigativo, dándole un enfoque interdisciplinario al proceso de la gestión del turismo cultural en la ciudad de Caibarién y los pasos que conlleva, determinando particularidades y relación lógica del proceso en cada momento.

–Sistémico estructural: Para conocer y potenciar nexos, relaciones generales, e interdependencia entre los componentes de la cultura turística, donde se encuentran el patrimonio cultural vinculado con los demás elementos

constitutivos, como realidad referencial durante la concepción y aplicación del proceso de la gestión turística cultural, visto como un fenómeno complejo e integrador.

Del nivel empírico:

–Análisis documental: Para la revisión de documentos relacionados con la temática, tanto nacionales como internacionales que permitan establecer los elementos teóricos metodológicos que sustentan la investigación.

–Encuesta estructurada (cuestionario): para determinar la percepción de los diferentes directores de empresas, especialistas de instituciones culturales y educativas, así como representantes de organizaciones y entidades; acerca del estado actual de la cultura turística de la ciudad de Caibarién, las causas que determinan su deterioro y las acciones que ellos proponen para resolver el problema.

–Observación participante: Para determinar el estado actual de la cultura turística de la ciudad de Caibarién, así como las causas de su deterioro, por medio de la participación directa e inmediata, que permita obtener datos y situaciones susceptibles a ser recogidas y analizadas.

–Criterio de especialistas por preferencia: Para conocer desde el punto de vista de las personas autorizadas, sus criterios acerca del estado actual de la cultura turística de la ciudad de Caibarién. Además para que conjuntamente se logre la propuesta de estrategia de intervención sociocultural para la formación de la cultura turística en Caibarién.

Novedad científica:

En primer lugar, debe destacarse, que los resultados de la investigación responden al Centro de Estudios Turísticos (CET), de la Universidad Central Marta Abreu de Las Villas, específicamente al Proyecto de Investigación Científico–Tecnológica CITMA # 05002 *“Estrategia para la formación de la cultura ambiental turística de la población local residente en las ciudades de Remedios y Caibarién”*, por lo que cobra gran importancia. Pero también, aportará información a tener en cuenta en los estudios

que está realizando el Sistema de Planificación Física de Villa Clara, en coordinación con otros organismos e instituciones sobre el aprovechamiento de las potencialidades turísticas de Caibarién, que trabajan en una Propuesta de Ordenamiento Turístico basada en el equilibrio sostenible y la explotación sustentable de los recursos naturales y antrópicos, para la que han sido delimitadas tres regiones turísticas: Santa Clara, Remedios y Caibarién, sin dudas, esta última, la más importante por poseer cuatro sitios que se clasifican como Polos Turísticos: tres de ellos con vocación de sol y playas: Cayo Santa María, Cayo Ensenachos y Cayo Las Brujas; y el determinado por la propia ciudad y sus atractivos histórico culturales, como una ciudad muy vinculada al mar, que surge y se desarrolla a partir del auge que fue adquiriendo su puerto, que llegó a tener reconocimiento a nivel nacional e internacional; por lo que cuenta con un patrimonio cultural exclusivo visto en tradiciones, costumbres, comidas, fiestas, hospitalidad y sencillez de sus pobladores, así como un patrimonio arquitectónico y urbanístico de alta significación y autenticidad.

Para lo que la presente investigación propondrá una estrategia en función de que al abrirse las puertas al turismo, la ciudad muestre al visitante un ambiente acogedor y sano.

El aporte de la investigación está determinado por varios aspectos, entre ellos, que es la primera investigación con estas características en la ciudad de Caibarién; se diagnostica el estado actual de la cultura turística caibarienense, mediante un análisis situacional DAFO desde las entidades, organizaciones, e instituciones de la localidad, el impacto que esto ocasiona en la población y las respuestas necesarias para mitigar y prevenir el problema; y por último, propone la estrategia de intervención sociocultural para la formación de la cultura turística en Caibarién. Los elementos antes mencionados no están recogidos en ninguna institución, sino que constituyen el resultado de la recopilación y el análisis de documentos y datos por separado. Además, ya terminada la investigación se podrá contar con la propuesta de estrategias para la formación de la cultura turística de la ciudad de Caibarién,

instrumento necesario para brindarle al visitante foráneo una experiencia de calidad y enriquecer la vida espiritual de la población local.

ESTRUCTURA DE LA TESIS:

La tesis esta estructurada en dos capítulos. En el capítulo I se exponen los fundamentos teórico-metodológicos para la formación de la cultura turística en comunidades anfitrionas locales. Para ello se parte de los referentes teóricos para la interpretación de las relaciones turismo-cultura-comunidad. La gestión participativa del turismo cultural desde la comunidad es otro de los aspectos que se debaten junto a la integración de la cultura turística en las comunidades y la planeación participativa de la intervención sociocultural para la formación de la cultura turística. Finalmente se realiza una reflexión sobre los procesos de intervención sociocultural para la formación de la cultura turística en Caibarién.

El capítulo II está dedicado al diagnóstico y proyección estratégica de intervención sociocultural para la formación de la cultura turística en Caibarién. En el mismo se comienza con una caracterización de la ciudad de Caibarién a la cual se adiciona la problemática local del desarrollo turístico en Caibarién. A continuación se presenta la propuesta de estrategia de intervención sociocultural para la formación de la cultura turística en Caibarién, con sus fundamentos, el diagnóstico del estado actual de la formación de la cultura turística en la población anfitriona, la proyección estratégica y el plan de intervención, por último se incluyen los resultados de la validación del plan de intervención mediante el criterio de especialistas.

La tesis consta de setenta y cuatro (74) páginas y de catorce (XIV) anexos.

CAPÍTULO I.

Fundamentos teórico metodológicos para la formación de la cultura turística en comunidades anfitrionas locales.

1.1. Referentes teóricos para la interpretación de las relaciones TURISMO-CULTURA-COMUNIDAD.

Las ciudades son y han sido siempre, los principales escenarios del Turismo Cultural. Su protagonismo en el desarrollo de la vida del hombre les otorga un lugar cimero en sus proyectos de vida. Las ciudades deben tener una estrategia de acciones que les dirija su desarrollo tanto económico, político, cultural y turístico en pos de una sustentabilidad.

Éstas han obtenido un papel protagónico en el devenir de la industria turística en los últimos años; su función, tipicidad y características son tan variables como la propia geografía a la que pertenecen. Su heterogeneidad ha contribuido a la gran diversidad y originalidad de las ofertas turísticas. Ellas son, sin lugar a dudas, el motor impulsor de la actividad turística en el actual milenio.

Cuando se piensa en turismo la primera idea que se presenta es visitar algún lugar para conocerlo, visitar familiares y amigos, asistir a algún acontecimiento ya sea religioso, académico, deportivo, cultural, etc. Se piensa exclusivamente en el turista; sin embargo, el turismo como actividad, relaciona a diversos grupos que participan con visiones e intereses diferentes.

El concepto de turismo se ha expresado de muchas maneras, según distintos autores; sin embargo se concreta, según Krapf y Hunziker, como: *“el conjunto de relaciones y fenómenos surgidos de los viajes y de las permanencias temporales de las personas que se desplazan principalmente por placer o recreación”* (Universidad de la Habana, 2005; 1). No puede existir turismo sin desplazamiento en el espacio.

Siguiendo a Boniface y Cooper (Martín, 2003; 11), sería *“aquella actividad que tiene lugar en el tiempo de ocio, que tradicionalmente se ha asociado al ejercicio de viajar,*

pero que en la actualidad está interrelacionada con el proceso de industrialización moderno y del surgimiento de la sociedad de consumo". Por tanto representa una de esas actividades recreativas; pero que también incluye desplazamientos no estrictamente vinculados con el recreo (convenciones, ferias, congresos, negocios, peregrinaciones, etc.), aunque si muy relacionadas con el viaje y los semiocios.

Otra definición de turismo es la que lo refiere como: *"el movimiento temporal de personas con destino fuera del lugar normal de trabajo y residencia, incluyendo las actividades emprendidas durante la estancia en esos destinos y las instalaciones creadas para atender sus necesidades"*. (Martín, 2003; 11). Esta definición sugiere unos focos emisores (una demanda), en los que se presupone una capacidad de gasto para tal fin; unos sistemas de transporte, mediante los cuales se materializa el desplazamiento; y unos focos receptores (una oferta) en los que se precisa la existencia de unos bienes y servicios necesarios para atender no sólo al alojamiento y manutención, sino a tareas como la información y el entretenimiento durante la estancia fuera del domicilio habitual.

Para la Organización Mundial del Turismo (OMT), el viaje turístico comporta una estancia de al menos veinticuatro horas fuera del domicilio habitual. En función de ello se puede dar la definición ajustada a las exigencias de la OMT como: *"el conjunto de actividades y comportamientos llevados a cabo por aquellos individuos que temporalmente y por motivo de ocio, sustituyen su espacio cotidiano por uno nuevo, mediante una interfase que es el viaje, ya sea para disfrutar de los atractivos del entorno o para contemplar elementos contenidos en él, así como el conjunto de empresas y negocios destinados a satisfacer las necesidades tanto elementales como recreativas de dichos individuos"* (Enciclopedia turística ;239); al cual se adscribe la investigadora por su visión sociológica y por estar en correspondencia con los intereses y objetivos de la investigación.

Por tanto no se considera turista al inmigrante o a la persona que se desplaza con motivo de realizar un trabajo, aunque si se entiende por turista a el que viaja por motivos de negocios. Además la OMT para concretar el contenido del término turista, parte del nombre genérico de viajeros. Se entiende como tal a: *"todas las personas que*

realizan un desplazamiento, ya sea por motivos de trabajo, de recreación o de cualquier índole. Si el motivo de desplazamiento es de placer, se les llama visitantes. Los visitantes, a su vez, pueden clasificarse en turistas si pernoctan al menos una vez en el país visitado, y en excursionistas si no permanecen ninguna noche". (Martín, 2003; 18).

Pero en torno al fenómeno turístico existe una vieja polémica sobre su clasificación como actividad industrial o de servicios (¿sector secundario o terciario de la economía?). Está claro que se trata de una actividad económica pero ¿dónde se enmarca? Se entiende que el turismo no es una industria, aunque a menudo se la haya descrito como «industria turística» en todas sus variantes de «industria hotelera», «industria sin chimenea» «industria de los viajes», etc., no lo es porque no es un producto industrial, por más que se haya estudiado a partir de sus resultados económicos, como un producto exportable, puesto que la industria es una actividad transformadora que emplea unos recursos que pueden ser materia prima u otros que son productos industriales intermedios. No debe confundirse esto con el hecho de que numerosos productos industriales sean utilizados por los turistas: equipos de deporte, ropa de viaje, maletas, mochilas, lanchas motoras, bicicletas, etc., una lista interminable de productos creados para ser disfrutados en el tiempo libre y de ocio.

Por tanto si el turismo no es una actividad económica de tipo primario, aunque utiliza los atractivos naturales (no los extrae ni los produce), ni tampoco una actividad secundaria (no es industrial o de construcción), se trata pues de una actividad terciaria o de servicios.

La carrera de Licenciatura en Turismo define el concepto de *turismo* como: *“el conjunto de fenómenos y relaciones económicas, psico-sociológicas y medioambientales que se generan entre las entidades vinculadas a los viajes desde el lugar emisor, las entidades proveedoras de servicios y productos en el lugar de destino, los gobiernos de los lugares emisores-receptores y las comunidades locales de acogida, con motivo del viaje y estancia de visitantes temporales en un destino diferente a su lugar de residencia habitual”.*

Luego de haber analizado las definiciones anteriores, se pueden mencionar varios elementos (regularidades) que han coincidido en estas y sin lugar a dudas son núcleos claves a la hora de conceptualizar turismo:

- ❖ actividad social y económica.
- ❖ surgida por motivos de viajes.
- ❖ con una permanencia en los lugares como mínimo de 24 horas.
- ❖ con fines de descanso, enfermedad, trabajo, paseo, etc.
- ❖ requiere de nuestra participación para su desarrollo.

Concretando ideas y nociones la autora considera al turismo como: *“una importante actividad social y económica que requiere de la participación humana para su desarrollo. La actividad turística encuentra en el muy diverso y fascinante patrimonio natural y cultural (playas, bosques, zonas arqueológicas, museos, gastronomía, etc.), su principal detonador, destacando que el factor humano, es decir, las personas, son quienes dan vida al turismo, ya sea como turistas o como anfitriones”*. De esta forma se aprecia su inmensa amplitud y, por tanto, las enormes potencialidades que implica.

Al mismo tiempo, parece obvio que la cultura, en sentido amplio, es un pilar trascendental de la actividad turística, sobre todo si se va más allá de la concepción turismo/ocio/banalización y se acerca más al origen del turismo, la curiosidad, la necesidad de descubrir y saber. Lo que Bertrán M. Gordón denomina *“curiosidad en movimiento”* (http://www.sectur.gob.mx/wb_2/sectur/sect_9070_breviario_de_cultura).

En la exploración de las virtualidades del turismo hay una perspectiva, generalmente poco considerada, por la visión tópica de actividad extractiva, y que tiene mucha trascendencia en la relación con la cultura, y que trata el turismo como instrumento, como medio de difusión, que, a diferencia de los medios de comunicación habituales acerca el público a la noticia (cultural, social, etc.) en lugar de llevar la noticia al público.

Se está ante dos conceptos amplios, difícilmente acotables, y con múltiples posibilidades de interacción. Es, por tanto, difícil aceptar una definición de *turismo cultural* muy precisa que, en todo caso, limitaría muchas de las posibilidades de

interacción. La opción, posiblemente, pasa por considerar la perspectiva desde la amplitud en lugar de intentar delimitar aspectos muy específicos.

Desde el siglo XVIII, la cultura ha venido siendo definida de múltiples maneras desde diferentes perspectivas. Según estimaciones de los culturólogos norteamericanos Alfred Kroeber y Clyde Kluckhohn, hacia los años 50 [...] del siglo XX se contaba con 164 definiciones de cultura. (Savranski, 1983; 5). En esta introducción solo la autora destaca algunos elementos comunes a esas definiciones.

La Real Academia Española define *cultura* como: *“el conjunto de conocimientos que permite a alguien desarrollar su juicio crítico”*. Y, en otra de sus acepciones, como: *“el conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos o grados de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc.”*.

En el diccionario Grijalbo también aparece un concepto de cultura dado como: *“el conjunto de valores, creencias, tradiciones, instituciones, lenguaje que elabora y trasmite una sociedad. Y a su vez es un conjunto de conocimientos que una persona ha adquirido en su proceso de socialización. Sistema de valores culturales, glosa de la ideología dominante, difundidos a través de los medios de comunicación de masas. Conjunto de conocimientos y valores socialmente exigidos al individuo”*.

Por su parte el Diccionario de filosofía (1984) la define como: *“el conjunto de valores materiales y espirituales creados y que se crean por la humanidad en el proceso de la práctica socio-histórica y caracterizan la etapa históricamente alcanzada en el desarrollo de la sociedad. Es un fenómeno histórico, que se desarrolla en dependencia de la sustitución de las formaciones socio-económicas”*.

En una formulación bastante sintética y, a la vez, omnicomprensiva de Elmar V. Sokolov: *“La cultura en toda su variedad puede ser considerada como un conjunto de respuestas-exitosas y fallidas- a las necesidades fundamentales del hombre, de los grupos humanos y de la personalidad que surgen en la esfera de la existencia social de los hombres y en la esfera de su conciencia social, generada por esa existencia”*. (Sokolov, 1986; 267).

En *“Lo universal y lo específico de la cultura”* de Pablo Guadarrama y N. Perelguin ambos proponen que: *“bien podríamos definir la cultura, en sentido general, como*

todo el producto de la actividad humana, incluyendo también al hombre mismo como sujeto histórico como parte de su producto". (Guadarrama, 1990; 16).

Casi por consenso, la cultura es un término que engloba modos de vida, ceremonias, arte, invenciones, tecnología, sistemas de valores, derechos fundamentales del ser humano, tradiciones y creencias. Se la entiende, por tanto, como *"el conjunto de rasgos distintivos espirituales y materiales, intelectuales y afectivos, que caracterizan a una sociedad o grupo social en un período determinado. A través de ella el hombre se expresa, toma conciencia de si mismo, cuestiona sus realizaciones, busca nuevos significados y crea obras que lo trascienden"*.

La integración de las comunidades al turismo presupone la formación y desarrollo de una dimensión particular en la cultura general integral. La misma está referida a la comprensión histórica del fenómeno turístico vinculado al medio ambiente natural, sociocultural y económico, en función de la cual actúa regularmente la población residente. Es por tanto imprescindible potenciar la cultura turística de la población local en su condición de anfitriona del turismo.

Uno de los conceptos básicos de las ciencias sociales es el de *comunidad*; empleado indistintamente dentro del complejo saber de estas ciencias. Dicha situación puede ser explicada a partir de la prematura presentación de los saberes y las disciplinas sociales, al poseer los mismos una significación atribuida al conocimiento empírico.

Si el saber vulgar o empírico ya se ha encargado de atribuir el nombre y algunas nociones al término, entonces resultará difícil construir el nuevo concepto teórico para expresar lo mismo. Esta situación origina limitaciones y dificultades que se plantean en este terreno. Sin embargo, es indispensable delimitar el alcance que se le da al concepto de *comunidad*.

En la literatura especializada al término *comunidad* le son inherentes núcleos básicos que se repiten en los diferentes autores. A continuación se relacionan algunos de ellos:

- ❖ Unidad social.
- ❖ Casas, gentes e instituciones.

- ❖ Miembros que participan de algún rasgo, interés, elemento o función común.
- ❖ Sentido de pertenencia.
- ❖ Área geográfica delimitada.
- ❖ Interrelación entre sus miembros.
- ❖ Sistemas políticos, económicos, religiosos, culturales, ideológicos, jerárquicos, etc.
- ❖ Centro de la actividad de grupos, de la organización institucional, y del desarrollo de la personalidad humana.
- ❖ Costumbres, tradiciones, modo de hablar, juegos, canciones en común.
- ❖ Estabilidad temporal.

Ezequiel Ander Egg considera como noción de comunidad a: *“una agrupación organizada de personas que se perciben como unidad social, cuyos miembros participan de algún rasgo, interés, elemento, objetivo o función común, con conciencia de pertenencia, situados en una determinada área geográfica en la cual la pluralidad de personas interacciona más intensamente entre sí que en otro contexto”*.(Ander, 1991; 43- 70).

De esta forma la autora estima que esta noción es amplísima pues sólo así puede ser aplicable igualmente a unidades tan distintas en características y extensión, como una unidad religiosa que vive aislada en un convento, un barrio, un municipio, la provincia, la nación o la comunidad internacional. A todos estos niveles es aplicado de ordinario el término comunidad.

Se observa el carácter operacional de esta definición. Basta el compartir *“algún rasgo, interés, elemento o función común”* para que, en presencia de las otras variables claves que incluye la investigadora, ya la considere una *comunidad*. Su objetivo: que sea aplicable a unidades muy diversas.

Ezequiel Ander Egg toma como punto de partida para definir *comunidad*, considerar a esta como *“una unidad social”*, Rudolf Rezsöházy (s/f) estima que es *“un conjunto de personas”*, el Proyecto de Programa de Trabajo Comunitario Integrado afirma que *“es espacio físico ambiental geográficamente delimitado”*, mientras para Héctor Arias

(1995) es “*un organismo social*”. El Centro de Estudios Comunitarios (CEC) de la Universidad Central “Martha Abreu” de Las Villas toma como punto de partida en una definición de *comunidad* considerarla “*un grupo social*”, ajustándose de esta forma al paralelo establecido entre este y la *comunidad*, por Erich Hanh, Alipio Sánchez (1991) y Yolanda Faxas (2002).

Luego de analizar las más variadas definiciones de *comunidad*, es posible apreciar que los autores han obviado la lógica interacción entre los componentes esenciales que la conforman, o sea, los atravesamientos existentes entre los elementos naturales, sociales y económicos, que en última instancia son los pilares sobre los que se asientan las mismas.

Por otra parte existe un uso deliberado del vocablo territorio para designar el área geográfica donde se asienta una comunidad, pudiendo ser interpretado de manera imprecisa, puesto que del análisis de su significado se deriva que “*es una locución latina para distinguir a la porción de la superficie terrestre perteneciente a una nación, región, provincia, etc.*”. (Diccionario Enciclopedia Encarta 2003). Un acercamiento a la definición llevaría a desconocer el tamaño real del mismo, pues más que de la propia praxis social, sus límites son fijados oficialmente desde la actividad administrativa, jurídica o por un accidente físico-geográfico. Otra razón es que no existe un total sentido de pertenencia de los habitantes con el territorio pues este es el resultado de la acción del poder. De esta forma en un territorio pueden existir diferentes interpretaciones de sus límites en virtud de las representaciones que tengan sus habitantes de los subespacios que han creado a su interior.

Es del criterio de la investigadora que existe un término proveniente de la ciencia geográfica que brinda contestación a la insuficiencia creada, siendo este el de espacio geográfico, entendido en su acepción más general como “*la epidermis del planeta Tierra y en la específica como el espacio organizado por la sociedad*”. Desde el punto de vista histórico el espacio geográfico posee las huellas de las diferentes sociedades que lo organizaron, superponiéndose en muchas regiones y en antiguas ciudades los espacios organizados por las sociedades medievales, imperiales,

barrocas o industriales. En la actual etapa globalizada, el espacio debe ser entendido como una instancia, un hecho social, así como historia y estructura.

Son varios los autores que han incorporado a su discurso teórico el espacio geográfico para hacer referencia a la dimensión espacial de la comunidad. Según Alipio Sánchez: *“los miembros-de la comunidad- comparten un espacio geográfico y esto tiene un significado para ello”* (Sánchez, 1991). Por otra parte Yolanda Faxas sostiene el criterio de *“espacio físico de interrelación compartido donde se realiza una práctica socioeconómica y política”* (Faxas, 2002).

La *comunidad* se inscribe en los marcos de una formación social, de un modo de producción (que de alguna manera está relacionado con la interacción de los grupos sociales con los recursos que le ofrece el medio geográfico que le sirve de sustrato), de un sistema de relaciones políticas, como esencialidad concreta de la sociedad.

En Europa y otras áreas del llamado Primer Mundo, donde el crecimiento económico ha alcanzado un alto índice y los valores en expansión están asociados al éxito personal, el individualismo ha superado al sentimiento de solidaridad y cooperación hacia quienes conviven en el entorno, fragmentando, disolviendo y reduciendo considerablemente la fuerza integradora del ámbito comunitario. Es esa la preocupación que desde el Trabajo Social se plantean muchos profesionales.

Amén de otros grupos sociales, la *comunidad* supuesta en Cuba, es cualitativamente diferente a otras de América Latina y del resto del mundo, por haber sido un producto (por vía de creación o de modificación) de la revolución social socialista, que implicó nuevas formas de organización económica y sociopolítica. Ella no es una forma derivada como alternativa paralela al poder estatuido como ocurre en otras partes. A pesar de sus imperfecciones reales; por ella transitan la ideología y por consiguiente es lugar de reproducción tanto de valores como de modos de vida, proyectos, etc., coincidentes o no con el ideal. Es el lugar donde se puede distorsionar, empobrecer o enriquecer el proyecto común.

A los efectos de la investigación, conociendo la existencia de las más disímiles definiciones y sin pretender enunciar un concepto la autora comparte el criterio de que la comunidad es: *“un grupo social que comparte un espacio geográfico*

reconocido por sus miembros donde tiene lugar un sistema de interacciones sociopolíticas y económicas que dan lugar a un conjunto de relaciones interpersonales (cohesión grupal) basadas en sus necesidades”. En síntesis es “un espacio geocultural lógico, con sus atributos e identidad definidas”. (Iglesias, 2008).

Si se parte del presupuesto de la comunidad como verdadero punto de aterrizaje de la intervención social que se necesita hoy en cuanto a dimensión estructural, en la definición anterior están explicitados los cuatro elementos que van a participar de la acción comunitaria (*territorio, población, demandas y recursos*).

Luego de haber analizado los diferentes conceptos y nociones del turismo, la cultura y la comunidad, se prosigue con el establecimiento de la relación entre dichos términos.

1.2 La gestión participativa del turismo cultural desde la comunidad.

1.2.1 La cultura turística. Su integración en las comunidades.

La cultura turística. Sus antecedentes.

Una de las definiciones más antiguas es la de *hospitalidad*, que data desde antes de la llegada de los españoles a América. La historia refiere que los antiguos pueblos prehispánicos solían abastecer sus casas para proveer de alimentación y hospedaje a los viajeros, como una muestra de buena acogida y recibimiento, principalmente por el alto aprecio que tenían por los sacerdotes y comerciantes.

Con el paso del tiempo la actividad turística se ha desarrollado en diversas formas (turismo de negocios, turismo de salud, turismo alternativo, entre otras), modificándose en algunos casos los motivos del viaje o las circunstancias para hacerlo (a caballo, en trineo, en camión, en avión, etc.). Por las condiciones actuales resultaría difícil que todos los viajeros fueran recibidos en forma gratuita, aunque sí es posible que sean recibidos con cortesía.

La hospitalidad es un concepto que no se perdió a lo largo de la historia, y lejos de esto, se ha convertido en una característica de los pueblos latinoamericanos. En la historia del desarrollo del turismo en Cuba se han realizado importantes esfuerzos con el fin de involucrar a la sociedad en el conocimiento de las implicaciones del turismo.

Así, en 1964, Don Miguel Alemán Valdés en su libro *"15 Lecciones de Turismo"* (Alemán, 1964), abordó por primera vez el concepto *conciencia turística* denotando entre otros factores, el carácter personal del turista y del anfitrión, por lo que resulta fundamental dirigir especial importancia a ambas partes.

En estos postulados se reconoce la necesidad de que los residentes de un destino turístico comprendan la importancia que tiene el turismo para el desarrollo de su localidad y se hace énfasis en la valoración del patrimonio local.

Diversos autores analizaron este tema y dieron sus propias definiciones sobre la conciencia turística, las cuales coinciden en considerarla como *"un estado mental positivo, orientado a la conservación de los bienes y servicios turísticos, y a establecer contactos favorables con su entorno (turistas, vecinos, compañeros de trabajo)"*.

En otras reflexiones se menciona la falta de educación y cortesía, deshonestidad e indiferencia para con el turista. Esto limitaba el concepto de *"conciencia turística"* a llamadas de atención, pues sólo se destacó la necesidad de darse cuenta que se estaba actuando mal.

En Cuba, también ha sido análisis de estudio esta definición, aunque quizás sea un término no muy antiguo, lo que no quiere decir para nada que no haya sido motivo de interés por diferentes autores del país.

La aparición del término cultura turística en el marco del desarrollo turístico de Cuba es relativamente reciente.

La cultura turística tiene su fundamento desde la perspectiva del desarrollo sustentable, concebido como la adecuada administración de los recursos (naturales, materiales, financieros y humanos), de manera que se logre la mayor satisfacción del visitante y el mayor beneficio para la comunidad receptora.

Con esta base, la cultura turística incorpora las dimensiones sociales, culturales, ambientales y económicas del turismo, orientándose hacia los beneficios comunitarios, pretendiendo resaltar la participación de las comunidades según sus propias características locales.

El objetivo primordial radica entonces, en enfocar el modelo turístico a una relación en donde los resultados y el éxito en la recepción y atención del turista sea reflejo del desarrollo sustentable del turismo, basado en el continuo mejoramiento de la calidad de vida de la población.

Análisis conceptual de la cultura turística.

El término cultura turística se compone de dos palabras: cultura y turismo. Ambas definiciones explicadas anteriormente.

La cultura se integra por un conjunto de imaginarios colectivos y estructuras simbólicas de pensamiento (criterios, conocimientos, valores), los cuales se traducen en manifestaciones o expresiones (actitudes, costumbres, estilos de vida) que cohesionan a los miembros de una sociedad determinada y que la hacen diferente de las demás. (http://www.sectur.gob.mx/wb 2/sectur/sect 9070_breviario_de_cultura).

Por otra parte, el turismo es *“una actividad humana cuya esencia son el ocio y el tiempo libre, y que además de involucrar desplazamientos y la recepción de quienes se trasladan, se sustenta en el uso de recursos y en la prestación de servicios, generando repercusiones diversas”*. (http://www.sectur.gob.mx/wb 2/sectur/sect 9070_breviario_de_cultura).

Al unir estos dos términos y formar el concepto cultura turística se puede entender que dentro de la cultura íntegra de la sociedad, existe una parte orientada al conocimiento y valoración de la actividad turística, que busca la satisfacción del visitante y la obtención del mayor beneficio para las comunidades receptoras.

En este análisis conviene hacer una aclaración: el concepto turismo cultural también se compone de las palabras cultura y turismo sólo que invirtiendo los términos. Sin embargo, derivado de lo ya expuesto, debe entenderse que mientras el turismo cultural es una forma de hacer turismo, la cultura turística tiene un significado distinto.

Según investigaciones del Dr. Manuel González Herrera la cultura turística, representa *“la dimensión de la cultura general integral del hombre bajo la cual acepta el turismo como fenómeno socioeconómico, históricamente condicionado e integrado al medio ambiente que ocupa y del cual forma parte. La misma refleja los niveles de*

conciencia turística adquiridos por cada individuo, en correspondencia con cuales asume una actitud positiva o negativa y consecuentemente un comportamiento responsable o irresponsable acorde con el rol social que debe desempeñar como parte del turismo”.

Por todo esto la cultura turística general de la población debe de caracterizarse por los rasgos siguientes:

- ❖ Conocimiento holístico del medio ambiente natural y cultural.
- ❖ Reconocimiento de la problemática del turismo en el espacio local.
- ❖ Arraigo de la identidad cultural y autenticidad.
- ❖ Demostración de valores tales como, patriotismo, honestidad, dignidad, solidaridad, responsabilidad, humanismo y colectivismo.
- ❖ Actuación autorregulada y autocontrolada.
- ❖ Sentido de relevancia local.

Todo lo anterior presupone que la población local debe realizar un conjunto de funciones en su condición de anfitrión como son:

- ❖ Informar y orientar.
- ❖ Motivar y sensibilizar.
- ❖ Asistir y ayudar.
- ❖ Complacer y disfrutar.
- ❖ Respetar e inspirar respeto.
- ❖ Rechazar comportamientos irresponsables.

Para lograr lo anterior los anfitriones deben de ser portadores de saberes tradicionales, así como referencia histórica, geográfica y sociocultural del territorio. Nos obstante muchas veces esto no ocurre así y se producen prácticas indeseables como el asedio al turista, hurto y otros males sociales.

Por todo lo anterior se hace necesario un proceso de educación de la cultura turística general el cual es largo, por lo que para garantizar un proceso formativo eficiente se deben tener en cuenta los requerimientos siguientes:

- ❖ Aprendizaje vivencial y significativo.
- ❖ Percepción compleja de la realidad del escenario turístico y poder de síntesis para apropiarse de las relaciones esenciales.
- ❖ Diálogo de saber basado en la experiencia precedente acumulado por la población local.
- ❖ Incorporación de conocimientos populares al proceso de formación de cultura turística general.
- ❖ Disposición suficiente y convincente de información y vía de divulgación.
- ❖ Utilización de la radio y la TV para transmitir todo lo relacionado con la cultura turística.

Elementos de la cultura turística.

Así como la cultura integral de una sociedad tiene elementos que la definen en su propio contexto, a su vez la cultura turística contará con ciertos elementos principales:

1. *Conocimientos*: referidos a las experiencias asimiladas que constituyen la preparación de quienes participan en el turismo (comunidad receptora o anfitriones) para brindar servicios con *calidad*, y éstos pueden ser:
 - ❖ *Históricos y Geográficos*: Sobre los recursos, factores y repercusiones del turismo. Sobre las características de la nación, región o localidad en la cual se vive. Técnicas y métodos de administración y operación de los servicios turísticos.
2. *Valores*: aquellos elementos emotivos compartidos, basados en ciertos principios éticos y que motivarán a brindar servicios con *calidez*. Estos son:
 - ❖ Compromiso.
 - ❖ Constancia.
 - ❖ Orgullo.

- ❖ Disciplina.
- ❖ Honradez.
- ❖ Respeto.
- ❖ Responsabilidad.
- ❖ Vocación de servicio.

Como resultado de la asimilación personal y colectiva de conocimientos y valores, existirán ciertas actitudes que le dan sentido en la práctica a la cultura turística:

- ❖ Amabilidad: reflejada en el trato afectuoso y cordial.
- ❖ Cortesía: que evidencia demostraciones de respeto.
- ❖ Eficiencia: la facultad para prestar servicios en tiempo y forma al contar con las habilidades y destrezas necesarias.
- ❖ Disposición: el actuar con plena conciencia y conocimiento de la importancia de la labor de cada quién.
- ❖ Profesionalismo: el factor humano aplicando su experiencia y emotividad en el marco de sus labores.

El ambiente turístico de una localidad, derivado de la formación y la participación individual y social de los individuos, estará sustentado en un clima especial de cordial hospitalidad, calidad y competitividad, y se orientará a tener turistas totalmente satisfechos.

Para poder lograr este efecto deseable en las comunidades receptoras, antes habrá que partir de los individuos, promoviendo no un cambio o transformación radical en sus hábitos, sino más bien, estimulando la comprensión y asimilación de la cultura turística

Alcances o efectos de la cultura turística.

Según el esquema (Anexo I), la cultura turística involucra una espiral creciente que gira en torno al desarrollo sustentable.

A partir de la difusión de conocimientos y valores, se generan actitudes que se manifiestan en una mejor comprensión del turismo y sus implicaciones, y a la valoración y adecuada administración del patrimonio turístico.

Esto trae consigo la integración de una oferta de servicios diversificada, adaptable al medio y a la identidad de los anfitriones, que permitirá atender con más eficiencia al turista, lo cual puede propiciar mayores corrientes de visitantes.

Los beneficios de diversa índole generados por este proceso favorecerán la consolidación de productos y destinos turísticos, y por ende la sustentabilidad para las comunidades.

La gran tarea es la de relacionar a los diferentes sectores de la sociedad: gobiernos municipales, organismos no gubernamentales, sector académico e iniciativa privada para que se constituyan como promotores de la cultura turística.

La calidad de la vivencia del visitante está en relación a su satisfacción plena, derivada de una experiencia única que se integre por servicios personalizados y eficientes y una real interacción con la cultura de la comunidad receptora.

En ese sentido, ante una competencia cada vez más agresiva y numerosa entre destinos que aspiran a ser la mejor alternativa para los visitantes, lo que hace la diferencia es la calidad de la atención recibida.

Queda en evidencia una necesidad: desarrollar ofertas pertinentes en las que el contar con hombres y mujeres con preparación, vocación, actitud positiva y emprendedora, resulta el factor que anima y otorga a la propuesta el sentido de calidad que el turista espera recibir.

Por ello, las comunidades deben participar en un proceso de aprendizaje que les permita estar mejor preparadas para:

- ❖ Comprender.
- ❖ Identificarse.
- ❖ Participar exitosamente en la actividad turística.

Deberán ser objeto de formación de la cultura turística los diferentes actores sociales, entre los que se encuentran. (Anexo II).

- ❖ Gobierno local.
- ❖ Instituciones culturales, recreativas, deportivas, escolares y de salud pública.
- ❖ Empresas turísticas y casas particulares de alojamiento turístico.
- ❖ Empresas locales de producción de bienes y servicios.
- ❖ Comunidad local.

Los procesos educativos de la población local constituyen un factor clave para promover la participación comunitaria a favor del desarrollo sostenible de los espacios en uso turístico, particularmente en ambientes sensibles con poca tradición en este tipo de actividad socioeconómica. Tal es el caso de las comunidades de Caibarién y Remedios, integradas al proceso de formación y desarrollo del nuevo polo turístico que asimila el área insular Jardines del Rey. Con el propósito de preparar la comunidad local en su condición de población anfitriona comprometida con la sostenibilidad del nuevo destino turístico, se deben proyectar acciones formativas que propicien la actuación participativa responsable de los residentes en las ciudades de Caibarién y Remedios frente al desarrollo del turismo.

1.2.2 Planeación participativa de la intervención sociocultural para la formación de la cultura turística.

Para el adecuado desarrollo turístico de cualquier localidad, es necesario que el mayor número de miembros de la comunidad participe desde el inicio del proceso. Si los habitantes toman parte activa desde el momento de la concepción del proyecto, se lo apropian y velan por su gestión y desarrollo. Los momentos de la planeación participativa son:

- ❖ Elaboración del autodiagnóstico comunitario.
- ❖ Definición de fortalezas y debilidades.
- ❖ Determinar la visión de futuro de la localidad.
- ❖ Concertación de los objetivos del desarrollo turístico.

- ❖ Formulación y concertación de las estrategias de desarrollo turístico.
- ❖ Definición de los mecanismos de participación y gestión comunitaria en el desarrollo turístico de la localidad.
- ❖ Conformación de empresas asociativas de prestadores de servicios turísticos.
- ❖ Creación de mecanismos de evaluación y monitoreo del desarrollo turístico.

(Anexo III).

Identificación y promoción de líderes comunitarios.

Es necesaria y fundamental la participación de líderes con capacidad de multiplicar procesos y gestionar los intereses de los grupos que representan, para que direccionen la participación de la comunidad en el desarrollo turístico de su localidad. Para ello, podrían trabajar en algunos temas clave:

- ❖ Participación ciudadana.
- ❖ Creatividad.
- ❖ Habilidades de negociación.
- ❖ Liderazgo.
- ❖ Trabajo en equipo.
- ❖ Formación de valores.
- ❖ Manejo del conflicto.
- ❖ Ética ciudadana.
- ❖ Organización de eventos deportivos, culturales y recreativos autóctonos de las comunidades.

Mecanismos de participación comunitaria: algunos conceptos básicos.

Autogestión comunitaria.

Es un proceso gradual que considera el trabajo en equipo, la solidaridad, la justicia, la equidad, la comunicación, el desarrollo individual y el colectivo, la concertación y la negociación como elementos esenciales para que la comunidad alcance el desarrollo cultural, social, político y económico, que mejore sus condiciones de vida.

El objetivo de la autogestión es que el integrante de la comunidad participe en el mayor número posible de responsabilidades, propendiendo por el desarrollo de su colectividad además de su realización individual. (Ministerio del Interior, 'MININT' Dirección General para el Desarrollo de la Acción Comunal, *op.cit.*).

Las comunidades deberán organizarse para gestionar sus propios proyectos empresariales turísticos. En este sentido, se tratara de que el ciclo productivo se cierre en el mismo lugar de destino. Es decir que las ganancias generadas por esta actividad o su efecto multiplicador, entendido como la serie de efectos inducidos de los gastos de los turistas hacia el interior de la economía local o regional, beneficien y se reviertan en los habitantes de las zonas.

Para ello, la comunidad podrá participar en la conformación de algunas empresas asociativas de servicios turísticos:

- ❖ Guías e informadores turísticos.
- ❖ Empresas de transporte turístico.
- ❖ Restaurantes.
- ❖ Servicios de alojamiento.

Inversión social.

El Estado deberá garantizar el acceso de las comunidades locales a los servicios básicos como acueducto, alcantarillado, y agua potable, que se requieren para el desarrollo del turismo. Adicionalmente, deberá garantizar el cubrimiento de necesidades de educación, vivienda, alimentación, puesto que en muchos casos cuando se generan desarrollos turísticos, se crea un efecto diferenciador entre los beneficios que recibe el visitante y los que recibe la comunidad receptora, siendo esta última la menos favorecida con los proyectos.

Participación social.

Según Darío Restrepo (Agudelo, 2000): *“La participación social, se refiere a los diversos mecanismos e instancias que posee la sociedad para incidir en las estructuras estatales y las políticas públicas”*. Por lo tanto, el estudio de la

participación social es el de las mediaciones entre el Estado y la Sociedad. Las formas tradicionales y legales de esta mediación han sido los instrumentos de la democracia representativa y de la democracia corporativa. En la actualidad, el debate sobre la promoción de la participación social se refiere a otro universo de mediación entre la Sociedad y el Estado: La democracia participativa. Lo nuevo suele definirse ante e incluso contra lo tradicional. Es decir, respecto a lo que no es. La democracia participativa es el conjunto de mecanismos e instancias que poseen los ciudadanos y las comunidades para incidir en las estructuras estatales y las políticas públicas sin requerir necesariamente de la representación partidista, gremial, clientelista o de las vías de hecho.

Características de las comunidades:

- ❖ Autonomía de funcionamiento.
- ❖ Identidad diferenciada.
- ❖ Intereses y aspiraciones compartidas.
- ❖ Convivencia.
- ❖ Integración social.
- ❖ Arraigo en un espacio geográfico.
- ❖ Tradición social y cultural.
- ❖ Relación personal de tipo efectivo entre sus miembros y una más intensa y frecuente comunicación entre éstos.
- ❖ Decisiones colectivas compartidas y por consenso.

Desarrollo de la comunidad.

'El conjunto de procesos que integran los esfuerzos de la población y las del Estado para mejorar las condiciones económicas, sociales y culturales de la comunidad'. (Organización de las Naciones Unidas)'

Capital social.

'Patrimonio colectivo cuyos beneficios irradian sobre el conjunto de la economía'.

Componentes:

- ❖ Capital conocimiento.
- ❖ Infraestructura.
- ❖ Medio ambiente.
- ❖ Capital cívico e institucional: incluye los mecanismos de organización y participación de la sociedad civil en la provisión de bienes y servicios públicos y la organización del Estado para poner en práctica soluciones orientadas a garantizar el bienestar colectivo.

1.3 Reflexiones sobre los procesos de intervención sociocultural.

Las ciencias sociales se han construido en relación con diferentes dimensiones o ámbitos de la realidad sobre la que teorizan e investigan. El proceso de intervención se legitima por la necesidad de poner en marcha procedimientos de dinámica social para resolver carencias a nivel comunitario, de ahí la necesidad de la intervención sociocultural. Toda intervención sociocultural debe ser consciente de su propia provisionalidad; ha de tender a hacerse innecesaria lo antes posible. La intervención sociocultural consta de varias etapas para su desarrollo (la cual se aplica también al ámbito del turismo).

1. Diagnóstico.
2. Información.
3. Motivación.
4. Participación.
5. Formación.
6. Organización.
7. Proyección-acción.
8. Coordinación.
9. Consolidación.

Es preciso destacar que las anteriores etapas no deben analizarse por separadas ya que se van creando el camino unas a las otras. Es obvio aclarar que a lo largo de todo el proceso se gestan las variables de la intervención sociocultural las cuales se catalogan:

1. Según el nivel o ámbito de intervención.
2. Según la forma o estrategia a utilizar.
3. Según el tipo de prestación que se ofrece.
4. Según los objetivos que se persiguen.
5. Según las coordenadas espacio-temporales.

Como todo tipo de estrategia sociocultural tienen que quedar bien claros los objetivos generales de la intervención sociocultural, los que deben ser:

1. Mejorar la calidad de vida de individuos, grupos y/o comunidad, a través de actividades recreativas, culturales, comunicativas, de expresión personal y colectiva.
2. Promover la participación y la organización de la comunidad.
3. Aumentar y optimizar los recursos existentes en el medio, con vistas al desarrollo de su población.

Al finalizar el proceso es necesario el logro evaluativo de la intervención sociocultural, mediante el conocimiento de los tipos de evaluación existentes y de los componentes básicos de la evaluación sociocultural.

1.4 Las estrategias como resultado científico.

El término estrategia aparece con una frecuencia no desestimable en los estudios asociados al campo del turismo. Su elaboración constituye, a la vez, el propósito de muchas investigaciones en las cuales se erige como el resultado científico que estas aportan al objeto de indagación. Un análisis etimológico del vocablo permite conocer que proviene de la voz griega “*stratégós*” (general) y que, aunque en su surgimiento sirvió para designar el arte de dirigir las operaciones militares, luego, por extensión, se utilizó para nombrar la “*habilidad, destreza, pericia para dirigir un asunto*”.

“La estrategia establece la dirección inteligente, y desde una perspectiva amplia y global, de las acciones encaminadas a resolver los problemas detectados en un determinado segmento de la actividad humana. Se entienden como problemas las contradicciones o discrepancias entre el estado actual y el deseado, entre lo que es y debería ser, de acuerdo con determinadas expectativas que dimanen de un proyecto social y/o educativo dado. Su diseño implica la articulación dialéctica

entre los objetivos (metas perseguidas) y la metodología (vías instrumentadas para alcanzarlas)". (Centro de Estudios de Ciencias Pedagógicas ISP "Félix Varela").

En el campo de la actividad turística las estrategias están asociadas a resolver problemas, a implementar políticas, a promover experiencias, a la realización de entrenamientos, y a la aplicación de procedimientos entre otras acciones. Todo esto tiene lugar cuando el propósito esencial del trabajo sea la proyección a corto, mediano y largo plazo de la transformación de un objeto temporal y espacialmente ubicado, desde un estado real hasta un estado deseado, mediante la utilización de determinados recursos y medios que responden a determinadas líneas directrices.

Entre las ventajas que presupone una estrategia es que permiten afrontar el ambiente rápidamente cambiante en que operan las mismas, ayudan a orientar la energía y los recursos de la organización hacia las actividades de alta prioridad, ofrecen un marco de referencia para la planificación operativa de la organización, lo cual puede conducir a un mejor funcionamiento, y evita o minimiza los riesgos de la improvisación.

Por su parte las estrategias poseen desventajas entre las que se puede citar que el montaje de un sistema formal de planificación puede requerir una alta inversión de tiempo, recursos y personal, otra desventaja se relaciona con que si no se hace correctamente, más que ayudar puede generar confusión, además de que su implementación no se logra de la noche a la mañana, pues requiere educación y convencimiento de los miembros de la organización.

Las estrategias son susceptibles de tropezar con obstáculos relacionados con que las organizaciones, por lo general, carecen de personal capacitado o fondos para contratarlos; así también estas están acostumbradas a trabajar según las necesidades del momento, lo cual afecta todo proceso de planificación; a esto se añade que muchas personas por ignorancia o comodidad, creen firmemente que para trabajar bien no es necesaria la planificación, sostienen que basta con la experiencia obtenida en el pasado.

Los rasgos esenciales de una estrategia son:

- ❖ Concepción con enfoque sistémico en el que predominan las relaciones de coordinación, aunque no dejan de estar presentes las relaciones de subordinación y dependencia.
- ❖ Una estructuración a partir de fases o etapas relacionadas con las acciones de orientación, ejecución y control, independientemente de la disímil nomenclatura que se utiliza para su denominación.
- ❖ El hecho de responder a una contradicción entre el estado actual y el deseado de un objeto concreto ubicado en el espacio y en el tiempo que se resuelve mediante la utilización programada de determinados recursos y medios.
- ❖ Un carácter dialéctico que le viene dado por la búsqueda del cambio cualitativo que se producirá en el objeto (estado real a estado deseado), por las constantes adecuaciones y readecuaciones que puede sufrir su accionar y por la articulación entre los objetivos (metas perseguidas) y la metodología (vías instrumentadas para alcanzarlas), entre otras.
- ❖ La adopción de una tipología específica que viene delimitada a partir de lo que se constituya en objeto de transformación.
- ❖ Su irrepetibilidad. Las estrategias son casuísticas y válidas en su totalidad solo en un momento y contexto específico, por ello su universo de aplicación es más reducido que el de otros resultados científicos.

En toda estrategia deben estar presentes los siguientes elementos:

- ❖ Existencia de insatisfacciones respecto a los fenómenos, objetos o procesos en un contexto a ámbito determinado.
- ❖ Diagnóstico de la situación.
- ❖ Planteamiento de objetivos y metas a alcanzar en determinados plazos de tiempo.
- ❖ Definición de actividades y acciones que respondan a los objetivos trazados y entidades responsables.
- ❖ Planificación de recursos y métodos para viabilizar la ejecución.

❖ Evaluación de resultados.

Toda estrategia independientemente del tipo de organización para la que esté proyectada debe estar organizada teniendo en cuenta los pasos metodológicos siguientes:

- I. Introducción: Constituye la fundamentación. Se establece el contexto y ubicación de la problemática a resolver, ideas y puntos de partida que fundamentan la estrategia. Se produce el posicionamiento y visualización de la organización y se identifican los ámbitos de intervención.
- II. Diagnóstico: Indica el estado real del objeto y evidencia el problema en torno al cual gira y se desarrolla la estrategia. Se diagnostica el macro y micro ambiente desde el punto de vista externo e interno. Se realiza un análisis situacional DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades).
- III. Planteamiento del objetivo general: Se determina la misión institucional, así como los valores o principios que la sustentan. Se tendrá en cuenta si es medible, si se ajusta en el tiempo, si es ambicioso y comprometido, si es gradual, flexible y alcanzable, si es participativa, etc.
- IV. Planeación estratégica: Se definen *metas u objetivos* a corto y mediano plazo que permiten la transformación del objeto desde su estado real hasta el estado deseado. Planificación por etapas de las acciones, recursos, medios y métodos que corresponden a estos objetivos. Se definen estrategias particulares para cada objetivo específico, así como las líneas de acción.
- V. Instrumentación: Explicar como se aplicará, bajo qué condiciones, durante qué tiempo, los responsables y los participantes.
- VI. Evaluación: Definición de los logros, obstáculos que se han ido venciendo, valoración de la aproximación lograda al estado deseado.

Por último es pertinente señalar que las estrategias son importantes pues anticipan los cambios en el contexto donde se aplican, son capaces de identificar los problemas y obstáculos presentes y futuros, definen las orientaciones de la organización, así como las prioridades y acciones óptimas. Estas son capaces de

coordinar las políticas y acciones de los diferentes sectores, favoreciendo la concertación con otros actores y propiciando la información y comprensión sobre la organización.

CAPÍTULO II:

Diagnóstico y proyección estratégica de intervención sociocultural para la formación de la cultura turística en Caibarién.

2.1 Caracterización de la ciudad de Caibarién.

La ciudad de Caibarién constituye una de las principales villas costeras de la Isla de Cuba, fundada en 1832, ha sido conocida nacional e internacionalmente por su relación con el embarque de azúcar y otras mercancías en el pasado, por la pesca como actividad económica de notable importancia, por las costumbres de sus pobladores, comidas tradicionales, arquitectura y otras manifestaciones de la cultura en general.

El crecimiento de la población, la actividad industrial, sumadas las dificultades económicas del país han deteriorado la calidad de vida de sus pobladores. No obstante en los últimos años se observa un esfuerzo coordinado para revertir esta situación y en la que participan instituciones de ciencia, gobierno y organismos de la economía.

Caibarién con un área total de 729 ha, cuya distribución se organiza de la siguiente manera, en el sector residencial 63 ha, la zona industrial con 13 ha, la agricultura urbana 1,4 ha, almacenes, talleres y alojamiento 9,6 ha y áreas verdes 10 ha que constituyen el 1,37 % del total y que representan un porcentaje realmente elevado pero que no se traduce en áreas de recreo y descanso con función social. La población asciende a 38172 habitantes, de ellos 19122 hombres y 19050 mujeres.

Características físico- geográficas.

El municipio de Caibarién, se encuentra situado en la región norte central de la provincia de Villa Clara. (Anexo IV y V) .Entre los vértices de coordenadas X: 636900 y Y: 316000 hacia el oeste y X: 666600 y Y: 292000 hacia el este. Con 274 Km², sumadas las áreas de los cayos. Caibarién es el municipio más pequeño de la provincia, limita al sur con el municipio de Remedios, al este con el municipio de

Camajuaní, al oeste con el municipio de Yaguajay, (perteneciente a la de la provincia Sancti Spíritus) y al norte con la Bahía de San Juan de los Remedios.

Desde el punto de vista geólogo–geomorfológico el territorio del municipio Caibarién constituye una llanura fluvio marina deltaica, plana, parcialmente cenagosa, acumulativa con suelos de mal drenaje, algunos con alto contenido de salinidad. El basamento de la misma lo constituye en su mayoría sedimentos arcillosos cuaternarios. También aparecen como alturas residuales por erosión selectiva un grupo de elevaciones con rocas del cretácico pertenecientes al grupo Remedios y con composición litológica de calizas, margas, brechas calcáreas, dolomitas y en ocasiones intercalaciones de silicitas. En las zonas más bajas de manglares los sedimentos superficiales son de origen biogénico–lacuno–palustres.

Resulta interesante la presencia de estas alturas residuales cuya elevación sobre el nivel del mar casi iguala su altura relativa al estar situada sobre la terraza abrasivo acumulativo más joven, el ángulo de disposición de estas alturas con respecto a la terraza en ocasiones alcanza los 45°. Estas elevaciones pueden considerarse como un estadio no concluido de peniplanación. También en estas alturas aparecen formas cársticas como el desarrollo de galerías verticales y la acumulación de coberturas de travertinas de una potencia superior a 1,5 m.

Producto del ascenso general de Cuba en las últimas etapas de su evolución paleogeográfica, un nuevo sistema de valles fluviales de dirección SW–NE se ha comenzado a desarrollar aprovechando las dislocaciones, fracturas y agrietamientos de las zonas calcáreas. Se trata de los valles de los ríos Seco, Camaco, Bartolomé, Manaquitas, Viñas, Guaní, Managuinba, Yaguey entre otros, la mayoría de ellos en el municipio de Caibarién, donde a su paso por la terraza abrasivo–acumulativa más joven, lavan la cobertura sedimentaria de arcillas aflorando las calizas de la formación Palenque. La acumulación en el cauce de estos ríos no ha sido observada por lo que el ascenso del relieve ha continuado hasta nuestros días.

La terraza abrasivo–acumulativa más joven ocupa casi todo el territorio del municipio con una altura relativa entre 5 y 50 m. Representa una peniplanicie cubierta por arcillas y gravas silicíticas.

Desde el punto de vista hipsométrico, Caibarién constituye un territorio prácticamente llano, más del 95 % de su territorio no sobrepasa los 45 m. sobre el nivel del mar. Marcados contrastes se pueden observar en sus alturas residuales donde algunas como Guajabana pueden alcanzar los 130 m. de altura. (Anexo VI).

Los suelos como ya se mencionaba anteriormente son de mal drenaje, aunque también existen pardos con carbonatos, húmicos calcimórficos, rojos ferralíticos, rendzinas y protorendzinas, estas últimas en los cayos. Los tipos de suelos están influenciados en su mayoría por el tipo de roca madre, la altura sobre el nivel del mar y por consiguiente el régimen de humedad.

La vegetación predominante son cultivos agrícolas, predominando la caña, frutos menores, viandas y hortalizas, son significativas las áreas con vegetación secundaria y pastizales. De la vegetación natural y seminatural se destacan los manglares en una franja que se extiende a lo largo de su línea costera, algunos restos de bosques de humedad fluctuante y palmares, complejo de vegetación de mogotes en las alturas cársicas y restos de bosque semidesiduo mesófilo en Cayo Conuco donde se observan la conservación de algunos elementos de la vegetación original. También se señalan algunas áreas reforestadas con especies exóticas, no siempre de mucha utilidad pero de crecimiento fácil y rápido.

Entre otros aspectos económico-sociales Caibarién, posee una densidad de población equivalente a 148.89 habitantes por Km². Su división política y administrativa está estructurada en 7 consejos populares, 3 de los cuales se consideran urbanos, 1 suburbano y 3 rurales. Su población urbana llega a 33013 habitantes y a 5159 la rural para un 92 % de urbanización, una de las más altas de la provincia.

El índice de masculinidad asciende al 97,2 %; la tasa de natalidad es de 9,82 por cada mil habitantes, la tasa de crecimiento de la población no rebasa el 1,8 por cada mil habitantes; el por ciento de envejecimiento llega al 18 %; la población tiene un promedio de edad de 36 años y la esperanza de vida al nacer es de 74,8 años. Existe una alta proporción de divorcialidad en relación con la nupcialidad, que supera el 96 % la primera respecto a la segunda.

Como puede apreciarse se observa una baja tasa de crecimiento general, dada por la baja tasa de natalidad, una tasa de mortalidad general alta, debida en gran medida al envejecimiento de la estructura de la población y un movimiento migratorio negativo.

Conflicto de intereses.

Uno de los mayores conflictos de intereses que se presenta en Caibarién consiste en las proyecciones de desarrollo turístico en gran escala, con todas las características invasoras y modificadoras del medio ambiente natural y social que esto trae consigo en un municipio pequeño en extensión geográfica y de un ecosistema frágil en el escenario de las principales infraestructuras y que posee, además, características habitacionales, constructivas y ambientales deficientes, y una población insuficientemente preparada para enfrentar este reto. (Anexos VII y VIII).

Para solucionar estos conflictos es necesario contar con las oportunidades del turismo especializado vinculado a los aspectos científicos, sociales y culturales dentro del municipio y fuera de él, como son las áreas arqueológicas y etnológicas del Sumidero de Jibacoa, en el Escambray; el Charcón y Elguea de Corralillo y los Mogotes de Jumagua en Sagua la Grande. Dentro de Caibarién y en las ciudades vecinas de Remedios y Camajuaní, debe trabajarse en la preparación de la ciudad en los aspectos constructivos, estructurales, organizativos, sociales y ambientales, priorizando la de Caibarién.

No obstante se observan potencialidades a desarrollar en opciones compatibilizadas con el turismo en los cayos, ubicadas en la cercanía de la salida del pedraplén, solo es cuestión de desarrollarlas y ponerlas en marcha cuanto antes, nos referimos al rescate de la antigua Hacienda de Dolores, los alrededores de la Loma Guajabana, Cundiamor y el Palmar de Araña con buena calidad geoecológica. ([Anexo IX](#)).

2.2 Problemática local del desarrollo turístico en Caibarién.

Con el mar como patio, a él salen a disfrutar la brisa en las noches, de frente a él se sientan a enamorarse, del mar sale el sustento alternativo de la pesca en pequeñas embarcaciones caseras para el autoconsumo y la venta en el barrio. También el mar se convierte en su vertedero, por eso, sin conmiseración vierten en él desechos de todo tipo, tal como hacían cuando no existía el malecón.

Es un pueblo de puertas abiertas y gentes en los portales a cualquier hora del día, pues esa forma arquitectónica en su fachada proporciona sombra casi todo el día y permite el paso peatonal, fin para el que fueron concebidos.

Todas las avenidas de Caibarién nacen en el mar, los niños y adolescentes que habitan por todas las calles y avenidas se bañan a diario en esas orillas, van desde sus casas y luego hasta ellas descalzos y en short.

En temporada de playa el pueblo permanece desierto a partir del mediodía, todos los adolescentes y jóvenes están en la playa, mientras los adultos prefieren ir al caer la tarde, por lo que hasta en la noche se les ve regresar en ropa de playa.

Las fiestas tradicionales y cualquier otro espectáculo motivan gran afluencia de pobladores, sobre todo a las áreas del parque, malecón y pista recreativa. La población caibarienense tiene fama de gastadora, estafalaria y divertida. Si bien en otros tiempos se caracterizó por la elegancia en el vestir, hoy esa población ha pasado a conocer indumentarias más playeras que se usan en cualquier ocasión.

Actualmente se produce un éxodo de profesionales hacia el turismo, por lo que hay un serio déficit laboral en los servicios y el comercio, así como en la salud y en la educación donde el personal y los cuadros sobrepasan los 40 años de edad, o se suplen con estudiantes que una vez graduados aspiran a incorporarse también a la actividad turística.

En la cultura y recreación existen pocas opciones para los jóvenes y adolescentes, escasean los centros nocturnos, más aún en moneda nacional. Las actividades de las instituciones culturales tienen un público ya establecido y mayoritariamente adulto, salvo las que se realizan directamente en centros escolares.

La Ley de Ajuste Cubano, que insita las salidas ilegales del país, ha hecho mella en Caibarién, y se aprecia en que la mayoría de las familias tienen algunos de sus miembros residiendo en el extranjero, por lo que se reciben visitas y remesas con bastante frecuencia, a lo que se une el poder adquisitivo de pescadores y otros sectores que cobran una parte de su salario en divisa, lo que ha estratificado a la población, polarizada por su nivel alcanzable.

No consciente en ser catalogados en campesinos o guajiros, es un tratamiento prácticamente ofensivo para muchos caibarienenses que se consideran ciudadanos.

Es de gran interés propiciar una cultura turística en la población local y también en el personal que labora directamente con el turismo, un conocimiento profundo de la cultura local que actualmente es nulo.

Para lograr que la población comprenda este fenómeno se debe conocer los niveles de la cultura general integral, para crear procesos educativos orientados a la formación de la cultura turística en la población local y proyectarse hacia el desarrollo sostenible.

Por tales argumentos se propone como una acción viable y urgente la vinculación de los estudiantes de la carrera de Licenciatura en Turismo directamente a las comunidades, de manera que se produzca el intercambio y mutuo enriquecimiento, partiendo siempre de que el estudiante cuenta con una preparación conciente para esa interacción y por lo tanto debe ser un ente activo.

La autora recomienda vincularlos a:

- ❖ Cooperativa de Pesca (directo con los pescadores, en zonas de pesca y centros de acopio).
- ❖ Consejo Popular Rural de Dolores.
- ❖ Ciudad Pesquera.
- ❖ Barrio Puerto Arturo.
- ❖ Barrio La Loma.
- ❖ Instituciones Culturales (Casa de Cultura, Museo, Galería de Arte).

❖ Personalidades y Promotores (Manuel Barreiro, Acelia Simón, Hilda Cabrera).

Para tales fines podrían categorizarse y funcionar como tutores, profesionales del sector de la cultura que poseen suficientes conocimientos en estas tareas.

También se hace necesario y es perfectamente posible dado el potencial profesional con que cuenta la dirección de cultura en Caibarién, que se incluya en los planes de estudio del personal que labora en general en la ruta turística, la asignatura: Cultura Local, que proporcionaría conocimientos elementales en este sentido.

Un inventario de los principales atractivos culturales de la localidad incluye los aspectos siguientes: fiestas populares, eventos culturales y científicos, leyendas con platos típicos de la ciudad, entre otros. (Anexo X).

2.3 Propuesta de Estrategia de intervención sociocultural para la formación de la cultura turística en Caibarién.

2.3.1 Fundamentos de la estrategia.

Diagnóstico estratégico sobre el estado actual de formación de la cultura turística en la población anfitriona.

El desarrollo turístico planificado presupone un repensar de las actuaciones de los diferentes actores económicos y sujetos sociales del destino. Este proceso de dirección permite establecer el camino más factible a seguir para diseñar una estrategia en los destinos turísticos, adecuada a sus propias características y condiciones, y como parte de ella implementar procedimientos que así lo garanticen. Con este propósito se desarrolla el diagnóstico DAFO de la ciudad de Caibarién.

En correspondencia con tan rica historia la ciudad conserva, tal como si se hubiera detenido en el tiempo, un patrimonio tangible muy valioso. Con seguridad, otro de los atractivos turísticos más notorios lo constituye la cultura popular tradicional.

El análisis situacional DAFO aplicado a la ciudad de Caibarién (Anexo XI) arrojó las siguientes regularidades:

Fortalezas.

- ❖ Relacionadas con la accesibilidad: situación geográfica y condiciones naturales excepcionales.
- ❖ Potencialidades culturales: plaza competente en el desarrollo de eventos culturales, talento artístico variado y profesionalizado, identidad cultural arraigada en los pobladores.
- ❖ Personal capacitado: existencia de un sistema de superación cultural, estudiosos de la historia del poblado, instituciones especializadas.
- ❖ Fortaleza de los medios de comunicación: existencia de los medios de comunicación comunitarios y su interés en divulgar el acontecer local.

Debilidades.

- ❖ Relacionada con el estado constructivo: falta de capacidad de alojamiento turístico hotelero y muy limitada oferta de restauración de los inmuebles. Mal estado constructivo del patrimonio.
- ❖ Relacionado con el manejo del destino turístico: falta experiencia para explotar el potencial turístico e insuficiente cultura turística en los directivos y en la población anfitriona. Insuficiente material informativo de apoyo a la gestión.
- ❖ Relacionado con la cultura turística: desconocimiento de los directivos de los valores culturales locales, insuficiente actividad nocturna, incoherencia con la oferta turística, falta de interés por parte del personal que labora en el turismo y de preparación del personal de la cultura, propiciando el surgimiento de una cultura alternativa al margen de las instituciones con fuerte sentido de pertenencia y en ocasiones con mayor calidad que la institucional.

Oportunidades.

- ❖ Relacionada con la situación geográfica: proximidad al destino turístico en consolidación y crecimiento, ciudad de enlace entre la capital provincial y el destino turístico de sol y playa.
- ❖ Formación del personal capacitado en la escuela de FORMATUR.

Amenazas.

- ❖ Competencia de otros destinos turísticos consolidados.
- ❖ Prohibiciones para los ciudadanos norteamericanos de viajar a Cuba, en correspondencia con su potencial como principal mercado emisor para América Latina por razones de proximidad y renta.
- ❖ Éxodo del potencial artístico existente hacia las instalaciones en los cayos.

Sobre la base del análisis y diagnóstico DAFO realizado se puede concluir que constituye un valioso instrumento para aprovechar las oportunidades del mercado y minimizar las amenazas gestionando convenientemente las fortalezas y debilidades. Es importante detectar la oportunidad, pero es bien necesario saber cómo se va a explotar y qué puntos fuertes se tienen para aprovecharlas mejor que otros competidores. De forma similar se deben atender a las amenazas que pueden ser mucho más vulnerables si no son mejoradas convenientemente.

El caso al que se ha aplicado el diagnóstico DAFO es muestra de ello. Una oferta complementaria al destino turístico en consolidación con un alto potencial histórico cultural, pero que requiere de una proyección estratégica acertada para orientarse hacia los escenarios futuros sobre bases sólidas. Solo de esta manera se podrá poner en valor turístico real su alto potencial y de esta forma poder consolidar una imagen que refiera su verdadera identidad.

2.3.2 Proyección estratégica para la formación de la cultura turística en la población anfitriona de Caibarién.

Políticas a implementar:

En territorios turísticos se hace difícil desarrollar una política turística específica independiente de otros tipos de actuaciones gubernamentales. Por tal razón el Programa de Política Turística debe estar estrechamente vinculado con las políticas de otros programas de desarrollo económico y social. En tal sentido, encuentra puntos coincidentes con otras políticas sectoriales (transporte, servicios comunales, servicios gastronómicos, servicios culturales, etc.) y la política integral de desarrollo que gestiona el gobierno local. De esta forma se reconocen las relaciones entre las políticas horizontales (macroeconómica, seguridad, ordenamiento territorial, ambiental), las políticas sectoriales (salud pública, educación, vivienda, cultura, transporte, comunicaciones y comercio, etc.) y la política turística.

1. Política ambiental turística de la oferta complementaria.

La oferta complementaria al destino turístico en consolidación Cayos de Villa Clara, correspondiente a la “Ciudad de Caibarién” tiene como política ambiental relativa al desarrollo turístico la compatibilización entre las diferentes acciones inducidas por este, tanto de carácter directo como indirecto, y sus efectos para el medio ambiente local. En tal sentido presupone la optimización de las situaciones ambientales relativas al turismo, en función de lo cual se trabaja por maximizar los efectos benéficos y minimizar los adversos que se producen para la salud, el bienestar y la seguridad humana. El instrumento básico de la política ambiental es la Estrategia Ambiental Nacional, en la que se identifican los principales problemas ambientales del país y se trazan los lineamientos para su materialización. El propósito fundamental en esta dimensión es el posicionamiento ambiental del destino sobre la base de un elevado confort ambiental referido en términos de calidad ambiental objetiva y subjetiva.

Objetivos:

- I. Implementar como parte de la política integral de gestión del destino turístico los principios básicos de la política ambiental cubana y de la legislación correspondiente.
- II. Identificar, clasificar, evaluar y diseñar acciones de manejo para el control y monitoreo de los impactos ambientales generados por la localización y uso turístico del espacio local con enfoque estratégico y operativo.
- III. Actualizar la Estrategia Ambiental del Sistema de Turismo para la ciudad, a partir de la estrategia del territorio, aplicando los instrumentos de gestión ambiental necesarios para su implementación.
- IV. Promover el reconocimiento ambiental de la gestión turística del territorio basado en criterios objetivos y subjetivos de calidad ambiental.

Crterios de medida:

- a. Se socializa entre todos los gestores turísticos, y por lo menos entre el 70% de la población local la información correspondiente a la legislación ambiental con la que deben asumir compromiso. El énfasis fundamental se basa en la ley del Medio Ambiente.

Fecha: 2009.

Responsables: Delegación Gaviota Centro S.A. y especialistas municipales del CITMA en Caibarién.

- b. Se desarrollan seminarios de capacitación semestral para la actualización de los actores sociales que deben cumplir y hacer cumplir la legislación ambiental.

Fecha: 2009-2012.

Responsables: Delegación Gaviota Centro S.A. y especialistas municipales del CITMA en Caibarién.

- c. Se mantiene un control mensual de la gestión de los impactos ambientales relacionados con el desarrollo turístico en la ciudad. Existe un control sistemático de las acciones relativas al manejo de los impactos con énfasis

en la calidad del aire, el ahorro de agua, ahorro de energía, eliminación de desechos, mantenimiento de las áreas verdes, y el mantenimiento de las fachadas de las edificaciones.

Fecha: 2009 – 2010.

Responsables: Delegación Gaviota Centro S.A. y especialistas municipales del CITMA en Caibarién.

- d. Se trabaja en el diseño y actualización de la Estrategia Ambiental Turística como parte de la estrategia ambiental del territorio, con énfasis en el centro urbano histórico donde se localizan los principales atractivos históricos culturales de valor patrimonial.

Fecha: 2009.

Responsables: Delegación Gaviota Centro S.A. y especialistas municipales del CITMA en Caibarién.

- e. Se elabora la documentación para la opción por la certificación ambiental de las principales entidades turísticas del territorio y se trabaja en función de acreditar el reconocimiento de sostenibilidad turística para la región caribeña.

Fecha: 2010.

Responsables: Delegación Gaviota Centro S.A. y especialistas municipales del CITMA en Caibarién.

- f. Se mantiene el control mensual de los estados de opinión de los visitantes, proveedores, operadores turísticos y de la propia población local con respecto a la identidad ambiental del destino según la imagen percibida por estos públicos. Tales criterios son la base del perfeccionamiento continuo de la actividad ambiental.

Fecha: 2009 – 2011.

Responsables: Delegación Gaviota Centro S.A. y especialistas municipales del CITMA en Caibarién.

2. Política Social y Cultural turística de la ciudad de Caibarién.

La oferta complementaria al destino turístico en consolidación Cayos de Villa Clara, correspondiente a la “Ciudad de Caibarién” tiene como política social y cultural relativa al desarrollo de la ciudad el mejoramiento de la calidad de vida del residente local y del turista durante su estadía en la misma, a la vez que potencia el desarrollo cultural de forma continuada a partir de la puesta en valor de su patrimonio histórico, arquitectónico y folklórico.

Objetivos:

- I. Asegurar que el desarrollo turístico contribuya a la calidad de vida local, valorada según estándares de bienestar de vida establecidos para el país y la percepción ciudadana del modelo de desarrollo del cual participan.**
- II. Favorecer la creación de empleo, generar ingresos y estimular el desarrollo regional mediante el turismo que genera la ciudad.**
- III. Conservar el patrimonio histórico, la cultura y la vida local para satisfacer las expectativas de los visitantes y las necesidades crecientes de los residentes en el lugar bajo el concepto de mínimo impacto.**
- IV. Estimular otras formas de cultura contemporánea con el propósito de enriquecer la oferta del producto cultural y mejorar la calidad de vida de la población local, facilitando su accesibilidad al desarrollo cultural local.**

Criterios de medida:

- a. Se logra un mejoramiento cualitativo directo de la imagen de la ciudad, en el sector educacional y en la salud de la población, así como en otros indicadores de calidad de vida, con el consecuente aumento indirecto del circulante y el incremento del poder adquisitivo de la población en general.**

Fecha: 2009 – 2010.

Responsables: Asamblea Municipal del Poder Popular en Caibarién (A.M.P.P), Delegación Gaviota Centro S.A. y especialistas municipales del CITMA en Caibarién.

- b. Se mantiene un registro estadístico actualizado de llegadas de visitantes y se contabilizan los ingresos del truísmo a la economía local y regional.**

Fecha: 2009 – 2011.

Responsables: Delegación Gaviota Centro S.A. y especialistas municipales del CITMA en Caibarién y estadística municipal de Caibarién.

- c. Se mantiene una baja carga perceptual turística en la oferta complementaria en formación por lo que la población residente en el centro histórico urbano percibe de forma favorable los efectos del desarrollo turístico.**

Fecha: 2009 – 2010.

Responsables: Delegación Gaviota Centro S.A. y especialistas municipales del CITMA en Caibarién.

- d. Se mantiene la política de socialización de los beneficios del turismo en el territorio con marcada incidencia en los indicadores más vulnerables para la población como la salud, la educación y la recreación.**

Fecha: 2009 – 2011.

Responsables: Delegación Gaviota Centro S.A. y especialistas municipales del CITMA en Caibarién y Asamblea Municipal del Poder Popular en Caibarién (A.M.P.P).

- e. Se potencian otros sectores emergentes de producción orientada hacia el turismo, en el que se incluyen artesanos y los arrendatarios por cuenta propia con el propósito de percibir de forma directa los beneficios.**

Fecha: 2009 – 2011.

Responsables: Delegación Gaviota Centro S.A. y especialistas municipales del CITMA en Caibarién y Asamblea Municipal del Poder Popular en Caibarién. (A.M.P.P).

- f. **Se alcanza una notable presencia de la red gastronómica de la ciudad, incrementando considerablemente el número de plazas disponibles, lo cual beneficia al mismo tiempo a visitantes y a residentes locales. De igual forma se trabaja por conformar una variada y consolidada red de servicios nocturnos.**

Fecha: 2009 – 2012.

Responsables: Empresa de Gastronomía y Comercio en Caibarién, Delegación Gaviota Centro S.A. y especialistas municipales del CITMA en Caibarién.

- g. **Se estimula la economía regional al demandar productos cárnicos desde el poblado de Vueltas.**

Fecha: 2009 – 2010.

Responsables: Delegación Gaviota Centro S.A. y especialistas municipales del CITMA en Caibarién y Asamblea Municipal del Poder Popular en Caibarién. (A.M.P.P).

- h. **Se promueven acciones institucionales y populares de forma sistemática para la conservación del patrimonio histórico del que es portador la ciudad, de su cultura autóctona y de las vivencias cotidianas de los residentes locales.**

Fecha: 2009 – 2011.

Responsables: Delegación Gaviota Centro S.A. y especialistas municipales del CITMA en Caibarién y MINED Municipal.

- i. **Se continúa potenciando la plataforma de colaboración establecida entre el Ministerio de Cultura (MINCULT), la Unión Nacional de Artistas y Escritores de Cuba (UNEAC) y el Ministerio del Turismo (MINTUR), en función de lo cual se desarrolla al menos un encuentro mensual.**

Fecha: 2009 – 2012.

Responsables: Delegación Gaviota Centro S.A. y especialistas municipales del CITMA en Caibarién.

- j. Se desarrollan talleres, charlas, y otras acciones en función de concientizar a todos los actores sociales implicados, con el propósito de comprender que la puesta en escena de los recursos que potencian las actividades turísticas recreativas está condicionada por el valor patrimonial atribuible a éstos. En función de ello se trabaja por familiarizar a todos los residentes locales con la idea de que bajo el término patrimonio turístico se incorpora al conjunto de componentes y elementos naturales, histórico-culturales y socioproductivos exponentes de identidades pasadas y del presente.

Fecha: 2009 – 2011.

Responsables: Ministerio de Cultura (MINCULT), MINED Municipal y Delegación Gaviota Centro S.A.

- k. Se preparan 20 guías como facilitadores para la interpretación del patrimonio, los cuales están responsabilizados con explicar el significado de los valores patrimoniales en lugar de tan solo informar, propiciar el descubrimiento de la relevancia del lugar más que mostrarlo, provocar la curiosidad de los visitantes todo el tiempo en lugar de tan solo satisfacerla. Estos se encargan de identificar las necesidades y expectativas del público a quien está dirigida para determinar el alcance de lo que debe saber y los niveles en que se orientará una interpretación efectiva y suficiente.

Fecha: 2010.

Responsables: Universidad Central Marta Abreu de Las Villas y Delegación Gaviota Centro S.A.

- l. Se estudian experiencias nacionales e internacionales para fomentar la puesta en valor turístico de otras formas de la cultura contemporánea.

Fecha: 2009-2011.

Responsables: Delegación Gaviota Centro S.A. y Sectorial Municipal de Cultura en Caibarién.

m. Se completa el inventario y caracterización de los atractivos para conformar una oferta de turismo de incentivos y eventos culturales.

Fecha: 2009.

Responsables: Delegación Gaviota Centro S.A. y MINCULT Municipal.

n. Se diseñan estrategias de comercialización para posicionar en el mercado el producto de la ciudad, aprovechando las posibilidades que ofrece Gaviota S.A. en el territorio con este fin.

Fecha: 2009.

Responsable: Delegación Gaviota Centro S.A.

3. Política de formación, capacitación y concientización turística.

La “Ciudad de Caibarién” tiene como política de formación, capacitación y concientización turística el propósito de contribuir al desarrollo de una cultura turística ciudadana básica y especializada que permita la práctica de un turismo responsable en la doble dirección anfitrión - turista. Reconoce que la apreciación social por parte del habitante local del modelo de desarrollo que se inserta a su comunidad, y del cual debe ser protagonista, es esencial para el desarrollo sostenible, ya que si los residentes locales no aprecian los beneficios sociales y económicos que aporta el turismo, probablemente no estarán dispuestos a comprometerse como gestores turísticos.

Esta política se compromete con el hecho de que los procesos educativos orientados a la formación de la cultura turística en la población local son de extraordinaria importancia para proyectarse hacia el desarrollo sostenible en la ciudad. Particular significación adquieren estos procesos formativos en espacios no dedicados tradicionalmente a la práctica intensiva del turismo, especialmente cuando están caracterizados por ambientes socioculturales sensibles. Un factor que marca el éxito para este espacio turístico está referido a la gestión de los procesos de participación local. El cumplimiento del principio de la participación ciudadana en las estrategias

de desarrollo presupone la minimización de las incidencias adversas que pueden generar proyectos de desarrollo turístico cuando nacen y se desarrollan de espaldas a las comunidades locales.

Por otra parte la educación de la cultura turística especializada conduce a la profesionalización del sector, lo cual permite limitar espacio a la práctica del turismo informal, muchas veces representado por guías improvisados y pequeños empresarios no calificados.

Objetivos:

- I. Favorecer el proceso de formación de la cultura turística básica de la población local en su condición de anfitriona ante los visitantes que recibe el destino, alcanzando elevados niveles de sensibilización social sobre los beneficios sociales y económicos del turismo.
- II. Buscar la complicidad de la sociedad local en el proceso de desarrollo turístico que inicia la ciudad.
- III. Desarrollar programas de formación para los diferentes profesionales del sector turístico que actúan como anfitriones del destino en las diferentes áreas operativas del turismo y la hotelería, razón por la cual deben ser portadores de una elevada cultura turística especializada, sobre todo cuando actúan de cara al turista y ven su función más allá de la empresa, en el destino.

Criterios de medida:

- a. Se desarrolla una estrategia integral de formación de la cultura turística general de la comunidad local por las vías formal, no formal e informal para la sensibilización social de la población residente en la ciudad de Caibarién. Se parte del diagnóstico de los niveles de cultura general integral que caracterizan a los diferentes grupos sociales, en correspondencia con los cuales se establecen sus relaciones y percepciones respecto al desarrollo turístico. Con la misma se potencia el desarrollo de capacidades para la interpretación del turismo como alternativa de desarrollo local, con el propósito de promover, desde las diferentes instituciones locales acciones educativas

que permiten minimizar los impactos adversos resultantes del uso turístico de este espacio urbano de la ciudad.

Fecha: 2009 – 20011.

Responsable: Delegación Gaviota Centro S.A.

b. Se evalúa el proceso de formación de la cultura turística general de la población anfitriona en la ciudad sobre la base de los siguientes rasgos esenciales valorados en término de indicadores de éxito:

- ❖ Conocimiento holístico y suficiente del ambiente natural y cultural.
- ❖ Reconocimiento de la problemática del turismo en el espacio local. Sus efectos.
- ❖ Desarrollo de la competencia comunicativa.
- ❖ Arraigo de la identidad cultural y autenticidad.
- ❖ Demostración de valores tales como patriotismo, honestidad, dignidad, solidaridad, responsabilidad, humanismo, colectivismo.
- ❖ Actuación autorregulada y autocontrolada.
- ❖ Sentido de relevancia local.
- ❖ Participación y protagonismo autogestionados.
- ❖ Posicionamiento crítico reflexivo.

Fecha: 2009 – 2011.

Responsable: Delegación Gaviota Centro S.A.

c. Se elaboran mensualmente mensajes educativos que favorecen la formación de la cultura turística general, los cuales son divulgados sistemáticamente a través de diferentes canales de comunicación.

Fecha: 2009 – 2011.

Responsable: Delegación Gaviota Centro S.A.

- d. Se elabora un manual de saberes comunitarios, en cuya elaboración participan los propios habitantes locales, el cual incorpora los saberes populares cotidianos al proceso de gestión de la cultura turística general en el ámbito comunitario.

Fecha: 2009- 2012.

Responsables: Delegación Gaviota Centro S.A. y Escuela de FORMATUR.

- e. Se planifica y proyecta una estrategia local para el proceso de participación de forma sistematizada durante todas las fases del desarrollo turístico, en función de lo cual se pronostica la:

- ❖ Incorporación de la opinión ciudadana a los procesos de planeamiento y toma de decisiones relativas al turismo en la ciudad.
- ❖ Implicación de los residentes locales en acciones de gestión turística que conduzcan a la solución de problemas.
- ❖ Mejoramiento de las condiciones de vida de la población local a partir de las ganancias generadas por el turismo.

Fecha: 2009 – 2010.

Responsable: Delegación Gaviota Centro S.A.

- f. Se estimula mediante las organizaciones locales de base la participación activa y responsable de los residentes locales. Para ello se capacita a los gestores en base al principio de que la participación efectiva ocurre cuando la población local tiene desarrollada la suficiente capacidad para influir en las decisiones y comunicarse con el turista que la visita.

Fecha: 2009 – 2011.

Responsables: Asamblea Municipal del Poder Popular en Caibarién y Delegación Gaviota Centro S.A.

- g. Se monitorean trimestralmente los procesos de participación de la población local con relación al desarrollo del turismo.

Fecha: 2009 - 2010.

Responsables: Asamblea Municipal del Poder Popular en Caibarién y Delegación Gaviota Centro S.A.

- h. Se priorizan acciones para incorporar estudiantes de la ciudad a cursos de Licenciatura en Turismo, Diplomados y Maestría en Turismo que se desarrollan en la Universidad Central Marta Abreu de Las Villas. Para ello se estimula la vocación y orientación profesional de los futuros egresados, se desarrolla una formación basada en una eficiente práctica preprofesional y en el seguimiento del egresado insertado al sistema turístico.

Fecha: 2009 – 2011.

Responsables: Delegación Gaviota Centro S.A. y MINTUR.

- i. Se incorporan sistemáticamente los trabajadores del sector turístico en la ciudad a las acciones de capacitación que se desarrollan.

Fecha: 2009 – 2011.

Responsable: Delegación Gaviota Centro S.A.

- j. Se desarrolla mensualmente en la ciudad un curso de capacitación en turismo y gestión de la microhotelería familiar para los arrendadores de viviendas particulares a turistas internacionales. La asesoría y capacitación básica se desarrolla en temas de: administración, aspectos contables, teoría y práctica del turismo, relaciones públicas, técnicas elementales de hospedaje y gastronomía, servicios turísticos, idioma materno y lenguas afines a los mercados turísticos con que operan.

Fecha: 2009 – 2011.

Responsable: Delegación Gaviota Centro S.A.

- k. Se validan sistemáticamente los contenidos de las carreras profesionales en el área del turismo y la hotelería con el propósito de promover la formación exitosa de especialistas en:

- ❖ Planificación y administración de servicios turísticos y de hotelería: agencias de viajes, hoteles, restaurantes, clubes, transporte turístico.
- ❖ Gestión turística del patrimonio natural y cultural: especialistas en ambientes naturales, especialistas socioculturales.
- ❖ Servicios turísticos y de hotelería: recepción hotelera, camarera de alojamiento, cocinero profesional, dependiente gastronómico y de tiendas turísticas, animación turística.
- ❖ Guía oficial de turismo: guías intérpretes generales, guías intérpretes especializados.

Fecha: 2009 – 2011.

Responsables: Delegación Gaviota Centro S.A. y MINTUR.

4. Política interinstitucional y de gestión de la información turística.

La “Ciudad de Caibarién” tiene como política interinstitucional y de gestión de la información turística el propósito de compulsar la gestión coordinada entre las diferentes instituciones y empresas turísticas que operan en la ciudad. Se reconoce que uno de los factores claves para el éxito del desarrollo integral del destino dependerá de los mecanismos establecidos para incentivar las relaciones locales entre las diferentes empresas del territorio y todos los esfuerzos dirigidos a promover el crecimiento del resto de las actividades y sectores económicos.

En tal sentido es de interés local promover la inversión a pequeña escala entre asociaciones de capital privado y entidades nacionales, mediante las cuales se propone buscar fuentes de financiamiento para el mejoramiento del entorno paisajístico urbano y su patrimonio, así como otras pequeñas obras asociadas a los servicios turísticos.

Como base fundamental en la que se integran todos los gestores turísticos de la ciudad se concede prioridad a la identificación, producción, procesamiento y gestión del sistema de información relativo al destino turístico.

Objetivos:

- I. Incentivar las relaciones empresariales locales y estimular el crecimiento de otros sectores vinculados directa e indirectamente a la actividad turística.**
- II. Potenciar la coordinación entre los diferentes agentes e intereses públicos y privados con incidencia en la ciudad.**
- III. Promover la Gestión de una Web de Promoción Turística para el destino.**

Criterios de medida:

- a. Se constituye un espacio de reflexión a nivel municipal orientado a incentivar de una manera cada vez más creativa y retadora las relaciones entre todas las empresas locales del municipio.**

Fecha: 2009.

Responsable: Delegación Gaviota Centro S.A.

- b. Se continúa el proceso de implementación de las diferentes etapas del Perfeccionamiento Empresarial para el posicionamiento estratégico de las empresas locales del territorio.**

Fecha: 2009 - 2011.

Responsables: Empresas Turísticas de la localidad.

- c. Se realiza un estudio prospectivo sobre las necesidades y oportunidades de crecimiento de los sectores locales de la economía a partir de las demandas potenciales del turismo.**

Fecha: 2009 – 2011.

Responsables: Empresa de Finanzas Municipal y Asamblea Municipal del Poder Popular en Caibarién.

- d. Se prioriza como área de resultado clave en el territorio el debate a todo nivel de la problemática de los intereses públicos y privados frente al desarrollo turístico. Como parte de esta se garantiza la efectividad de la fase de elaboración de la opinión ciudadana frente al proceso**

inversionista como parte de los Estudios de Impacto Ambiental previos al otorgamiento de la Licencia Ambiental.

Fecha: 2009 – 2010.

Responsables: Asamblea Municipal del Poder Popular y especialistas municipales del CITMA en Caibarién.

I. Se estudian nuevos mecanismos de coordinación entre los agentes responsabilizados con el desarrollo local para seguir posicionando la imagen que proyecta el tratamiento de la protección de los intereses ciudadanos ante el turismo.

Fecha: 2009 – 2011.

Responsables: Delegación Gaviota Centro S.A. y Asamblea Municipal del Poder Popular en Caibarién.

m. Se identifica el límite de información requerida, a un precio rentable, para satisfacer las exigencias del público objetivo con el propósito de posicionar a la ciudad como un atractivo del Turismo Cultural.

Fecha: 2009 – 2010.

Responsable: Delegación Gaviota Centro S.A.

n. Se diseña e implementa un proyecto Web soportado en un sistema de información fiable, suficiente, detallado y actualizado para la comunicación promocional turística de la ciudad.

Fecha: 2009 – 2010.

Responsable: Delegación Gaviota Centro S.A.

o. Se garantiza el mantenimiento y control sistemático del sistema virtual de información promocional turística de la ciudad como destino turístico.

Fecha: 2010 – 2012.

Responsable: Delegación Gaviota Centro S.A.

Propósito estratégico.

Sobre la base de la **formulación estratégica** resultante de la aplicación del **triángulo estratégico**, en su condición de instrumento de gestión para el desarrollo de la ciudad de Caibarién como oferta complementaria al destino turístico en consolidación Cayos de Villa Clara, se proyecta una **campana de comercialización y comunicación turística**. Es por tanto, **propósito** de la presentación del caso de estudio:

- Realizar la campaña de comercialización y comunicación de la ciudad de Caibarién (oferta complementaria al destino turístico en formación Cayos de Villa Clara) sobre la base de la formulación estratégica elaborada.

Objetivo estratégico.

Posicionar la **imagen de destino** deseada en los **públicos objetivos** de interés, sobre la base de la **atractividad** histórico cultural que marca la **identidad** de la ciudad de Caibarién.

Triangulación estratégica: producto turístico cultural, comunidad anfitriona, instituciones sociales y culturales.

Tomando en consideración, que la **estrategia** aparece debido al incremento de la competencia en una situación de mercado caracterizada por una oferta superior a la demanda¹, se hace evidente para el escenario actual la necesidad de competir por la comercialización de los destinos. En tal sentido, el planteamiento estratégico se convierte en una herramienta para garantizar la futura supervivencia de los mismos.

Atendiendo a este precedente, y sobre la base del diagnóstico DAFO aplicado a la ciudad de Caibarién como nueva oferta de turismo cultural, se aplica la técnica del **triángulo estratégico** a favor de las decisiones que deberán orientar las actividades de gestión en el mediano y largo plazo.

Para la **formulación estratégica** se parte de los escenarios más favorables y de los puntos fuertes a desarrollar, como soporte para establecer el ámbito de relaciones entre los tres elementos claves de la estrategia configurados en el **triángulo estratégico**: las instituciones sociales y culturales, el producto turístico

¹ Material docente del Módulo 2 Tema 5, epígrafe punto 1. Maestría en Gestión de Destinos Turísticos Locales. CETT, Barcelona.(s/f)

cultural/destino a desarrollar y la comunidad anfitriona. De este análisis derivan los dos **ejes estratégicos**: el **público objetivo** referido a las instituciones sociales y culturales y los **atractivos de posicionamiento** como elementos fundamentales de la estrategia.

Es por tanto **propósito** del análisis:

- ❖ Definir y comentar la formulación estratégica de la ciudad de Caibarién e identificar los elementos básicos que surjan de la elaboración del correspondiente triángulo estratégico.
- ❖ Argumentar las decisiones que se adopten, tanto de la propia estrategia como de los diversos elementos del triángulo y de los ejes de la estrategia que surjan de su elaboración.

1. Idea preconcebida del producto que se pretende desarrollar: la idea se desarrolla a partir de la historia del poblado desde su fundación. (Anexo XII).

2. Identificación del mercado al cual podrían dirigirse las acciones: segmentación e identificación del público objetivo.

Segmentación del mercado.

❖ Variables motivacionales.

- a. **Motivación por valores patrimoniales arquitectónicos de la ciudad en los alrededores del centro urbano.**
- b. **Interés por ambientes que recuerden el período colonial en su carácter de patrimonio real.**
- c. **Deseos por interactuar con comunidades locales de fuerte identidad propia, nacida de la evolución de su historia vinculadas al mar.**

❖ Variables demográficas.

- a. **Personas jóvenes y adultas que buscan conocimiento.**
- b. **Clase media, de ingresos medios a bajos.**
- c. **Nivel educacional alto.**

d. Estadía de baja duración en el destino de visitación.

Estrategia de cobertura de mercado a implementar: Concentración sobre un producto y un destino.

Atendiendo a los criterios seleccionados el público objetivo estará representado por el mercado geográfico europeo occidental, de clase media, interesado en la vida colonial de las Américas, con niveles de gasto medio a bajo, jóvenes y adultos entre 25 y 50 años, con estadía promedio entre 2 y 4 días en el destino.

3. Indicadores probables de posiciones de superioridad.

- ❖ Gran tamaño de la población, lo que lleva a que el ambiente sea el de una gran ciudad.**
- ❖ Costos bajos de operaciones, que llevan a que sus precios no sean tan altos.**
- ❖ Cercanía de atractivos de Sol y Playa y de naturaleza de excelente calidad, que garantizan diversificación de la oferta.**
- ❖ Población con alto nivel de instrucción y con una cultura local fuerte, fruto de las tradiciones históricas.**

Proceso de Posicionamiento del destino.

- a. ¿Dónde está?: etapa de formación como destino turístico.
- b. ¿Hacia dónde debe dirigirse?: deseamos ser vistos como un auténtico y consolidado destino nacional del turismo cultural.
- c. ¿Quiénes son los competidores más cercanos?: ciudades históricas locales, regionales y del Caribe.
- d. ¿Cuáles son los atributos y/o beneficios principales y secundarios del destino diferenciador de la competencia? Una ciudad detenida en el tiempo en la que se disfruta actualmente la tranquilidad de una pequeña localidad con un turismo no masificado.

El proceso de posicionamiento del destino se basa en las fases siguientes:

1. Identificación de las **necesidades** que se pretenden satisfacer con el destino: conocimiento de la cultura colonial nacional.
2. Definición de los **segmentos de mercado** a los cuales se va a dirigir: países de Europa occidental con motivaciones históricas culturales, niveles de gasto medio, adultos entre 25 y 50 años, corta duración del viaje.
3. Establecimiento de los **atributos** del destino para satisfacer las necesidades del segmento de mercado seleccionado: centro urbano de la ciudad y cultura popular vinculada a las fiestas populares y otras actividades culturales.
4. Modelación del **Mapa de posicionamiento inicial** del destino respecto a la competencia: en estudio.
5. Determinación del **posicionamiento deseado** para la entrada al mercado: Referido debajo.
6. Implementación de acciones del **marketing MIX** para la consecución del posicionamiento. En ejecución.

5. Formulación Estratégica del destino turístico ciudad de Caibarién mediante la elaboración del Triángulo Estratégico.

Modalidad de Turismo de Ciudad centrada en las costumbres y tradiciones de los pobladores de la ciudad de Caibarién.



Atendiendo al **escenario comercial** asumido (construcción de un **ámbito estratégico** concreto relacionado con el turismo de ciudad centrado en la cultura turística de los pobladores de la ciudad de Caibarién para un **público objetivo determinado**) los criterios de comunicación para la promoción del destino se basarán en la siguiente **formulación estratégica**:

“A partir del sostenido crecimiento del mercado de turismo cultural, explotar el atractivo patrimonio tangible e intangible de Caibarién aprovechando el ambiente característico de una comunidad pesquera perteneciente a una ciudad ubicada

geográficamente a pocos minutos de hermosas playas y con los precios razonables en el destino.”

Estrategias generales.

ESTRATEGIA GENERAL: Tematización del atractivo histórico cultural de la ciudad de Caibarién aprovechando el ambiente sociocultural de la ciudad.

ACTUACIONES GENÉRICAS:

- ❖ De liderazgo: Consolidar la función de liderazgo de la ciudad.
- ❖ De atractivos: Potenciar la puesta en valor turístico de los atractivos culturales.
- ❖ De territorio: Incrementar el soporte físico y empresarial del territorio.
- ❖ De accesibilidad: Mejorar la accesibilidad interna y externa de la ciudad Caibarién.
- ❖ De comercialización y comunicación: Comunicar la imagen de oferta complementaria al destino correspondiente a su identidad.

ESTRATEGIAS:

ESTRATEGIA 1: “Un paseo por la historia y la cultura de la ciudad de Caibarién (costumbres y tradiciones de sus pobladores)”.

ESTRATEGIA 2: “Encuentro con la historia y la cultura de la ciudad de Caibarién (costumbres y tradiciones de sus pobladores)”.

ESTRATEGIA 3: “Rescate de la cultura de la ciudad de Caibarién (costumbres y tradiciones de sus pobladores)”.

2.3.3 Plan de de intervención sociocultural.

Objetivos operativos.

Objetivo General 1: Incrementar para el año 2010 en 2 000 veces, la atracción hacia la ciudad de Caibarién de los flujos de visitantes interesados en el producto turístico cultural en las ciudades.

- ❖ De liderazgo: Institucionalizar en una organización a los gestores turísticos privados y públicos para la estimulación de la demanda efectiva de viajes.
- ❖ De atractivos: Favorecer la conservación y rehabilitación del patrimonio cultural mediante la creación de una comisión municipal.
- ❖ De soporte físico: Facilitar la conectividad a Internet en todas las entidades de gestión turística.
- ❖ De empresas: Incentivar la formación de una Agencia Receptiva de Viajes en la ciudad.
- ❖ De accesibilidad: Mejorar las vías de acceso a la ciudad de Caibarién desde la capital provincial y desde el destino de sol y playa.

Objetivo General 2: Lograr a partir del año 2009 una estancia promedio superior a 3 noches en la oferta complementaria al destino turístico en consolidación Cayos de Villa Clara con segmentos de mercado especializados en modalidades de turismo cultural en la propia ciudad.

- ❖ De liderazgo: Institucionalizar sesiones mensuales de coordinación entre las diferentes fuerzas de venta en la oferta complementaria al destino turístico en consolidación Cayos de Villa Clara.
- ❖ De atractivos: Potenciar 3 nuevos establecimientos de recreación nocturna y animación turística en la ciudad.
- ❖ De soporte físico: Dotar de la infraestructura básica de apoyo a la ciudad con la participación de las Empresas de Comunales.

- ❖ De empresas: Incrementar en unas 10 entidades la capacidad de alojamiento turístico hotelero y extrahotelero en la ciudad.
- ❖ De accesibilidad: Mejorar las vías de acceso peatonal interno dentro del centro urbano histórico de la ciudad.

Públicos objetivos de comercialización y comunicación.

Sobre la base de las variables de segmentación del mercado: motivacionales y demográficas planteadas anteriormente se trabaja con 3 segmentos de mercados para la oferta complementaria al destino turístico en consolidación Cayos de Villa Clara.

- ❖ **Segmento 1 Internacional y nacional de motivaciones generales.**
- ❖ **Segmento 2 Internacional y nacional de intereses histórico culturales.**
- ❖ **Segmento 3 Internacional especializado en turismo cultural.**

El público objetivo corresponde a este último, está caracterizado por el mercado geográfico europeo occidental, de clase media interesado en la vida colonial de las Américas, con niveles de gasto medio a bajo, jóvenes y adultos entre 25 y 50 años, con estadía promedio entre 2 y 4 días en la oferta complementaria al destino turístico en consolidación Cayos de Villa Clara.

Programa de actuación sociocultural.

Programa de actuación: comunicación y comercialización.

Instrumento estratégico: atractivos.

Segmento de mercado: segmento especializado en turismo cultural.

Estrategia de segmento: rescate de la cultura de la ciudad de Caibarién (costumbres y tradiciones de sus pobladores).

Acciones de intervención sociocultural para la formación de la cultura turística en Caibarién.

Acción 1 Elaborar un plan de acciones de comunicación en función de integrar los valores de la cultura para todos los segmentos poblacionales en la ciudad de Caibarién.

Descripción de la acción: Se pretende comunicar y comercializar todos los valores culturales de la población caibariense con sus anfitriones, con el objetivo de que ellos mismos sean capaces de comprenderlos y hasta transmitirlos.

Medios publicitarios y soporte: TV local (CNTV): spot y publireportajes; radio local (CMHS): cuñas radiales; Publicidad externa: vallas, señalética turística; Publicidad directa: catálogos, brochure, sueltos; publicidad en puntos de ventas: pósteres, exposiciones. Otros.

Período de implementación: Julio 2008 – Enero 2012.

Duración de la acción: 3,6 años.

Impacto generado: Mercadológico, Sociocultural, Ambiental, Político.

Agentes implicados: Delegación Gaviota Centro S.A., Sectorial Municipal de Cultura en Caibarién, entre otros.

Control de ejecución de la acción: Directo con frecuencia mensual. Responsable Coordinador del Sectorial Municipal de Cultura en Caibarién.

Acción 2 Propiciar una Cultura Turística en la población local y también en el personal que labora directamente con el turismo, (un conocimiento profundo de la cultura local). A través de un plan de capacitación para que sean capaces de ser portadores de saberes tradicionales, así como referencia histórica, geográfica y sociocultural del territorio.

Descripción de la acción: Se pretende comunicar a la población local y al personal que labora directamente con el turismo las costumbres, tradiciones, creencias y los valores de la cultura local de la ciudad de Caibarién.

Medios publicitarios y soporte: TV local (CNTV): spot y publirreportajes; Radio local (CMHS): cuñas radiales; Publicidad externa: vallas, señalética turística; Publicidad directa: catálogos, brochure, sueltos; publicidad en puntos de ventas: pósteres, exposiciones. Otros.

Período de implementación: Diciembre 2008 – Diciembre 2012.

Duración de la acción: 4 años.

Impacto generado: Mercadológico, Sociocultural, Ambiental, Político.

Agentes implicados: Delegación Gaviota Centro S.A., Sectorial Municipal de Cultura en Caibarién, entre otros.

Control de ejecución de la acción: Directo con frecuencia mensual. Responsable Coordinador Delegación Gaviota Centro S.A.

Acción 3 Incorporar los conocimientos populares al proceso de formación de la cultura turística general.

Descripción de la acción: Se pretenden realizar talleres con los anfitriones y con los agentes turísticos, preparándolos para futuros encuentros con los turistas y para que se logre expandir y transmitir la cultura popular tradicional de la ciudad de Caibarién.

Medios publicitarios y soporte: TV local (CNTV): spot y publirreportajes; Radio local (CMHS): cuñas radiales; publicidad en puntos de ventas: pósteres, exposiciones. Otros.

Período de implementación: Enero 2009 – Febrero 2012.

Duración de la acción: 3,1 años.

Impacto generado: Mercadológico, Sociocultural, Político.

Agentes implicados: Gestores turísticos, Sectorial Municipal de Cultura en Caibarién, entre otros.

Control de ejecución de la acción: Directo con frecuencia mensual. Responsable Coordinador de la Delegación Gaviota Centro S.A.

2.3.4 Valoración a través del criterio de especialistas sobre la pertinencia, factibilidad y aplicabilidad de la propuesta.

Para comprobar la pertinencia, factibilidad y aplicabilidad de la *“Propuesta de estrategia sociocultural para la formación de la cultura turística de la población residente en la ciudad de Caibarién”* se somete a su evaluación a través del método criterio de especialistas. (Anexo XIII y XIV).

Se solicitaron las opiniones de once (11) especialistas; profesionales capaces de ofrecer valoraciones conclusivas de la guía práctica, con un máximo de competencia y con una vasta experiencia en su labor profesional. Los mismos cumplen con los requisitos siguientes:

- ❖ Todos (100%) son graduados universitarios con título de Licenciados.
- ❖ Todos (100%) tienen más de dos años de experiencia como graduados. El promedio de años de experiencia es de 16,7 años.

El criterio seguido por la investigadora para la selección de la muestra es el de explorar a especialistas que sean profesionales en las áreas del conocimiento más cercanas al tema objeto de la investigación (cultura turística de la ciudad de Caibarién). Como criterio autorizado de primer orden se concibe la necesidad de incluir el de miembros de la directiva de la Delegación Gaviota Centro S.A. y trabajadores vinculados al Sectorial Municipal de Cultura en Caibarién.

Todo esto permite poseer una muestra estratificada de manera que se asegura el criterio de la práctica de los especialistas en los distintos aspectos. La muestra esta integrada de la siguiente forma:

- ❖ Grado científico: del total de los especialistas consultados, una (1) es Doctora en Ciencias, lo que representa un 9,09% de la muestra; dos (2) son Masters para un 18,2% y uno de ellos es investigador agregado.
- ❖ Categoría docente: del total de los interrogados, una (1) es Profesora Titular, lo que constituye el 9,09% de la muestra; dos (2) de ellos son Profesores Asistentes, igual a un 18,2% , tres (3) se desempeñan como Instructores, para un 27,3% y ochos (8) no presentan grados científicos, lo que equivale al 72,7% del total.
- ❖ Experiencia docente-investigativa: el total de los especialistas como promedio posee cerca de diecisiete (16,7) años de experiencia, donde el 45,5% posee mas de veinte (20) años y el 54,5% entre dos y trece(2-13) años. Solamente un especialista está por debajo de ese límite.

Los datos que se ofrecen permiten afirmar que la muestra seleccionada es representativa y puede aportar elementos que introduzcan el criterio de la práctica científica respecto a la propuesta y enriquecerla para su aplicación definitiva.

Para obtener información se le solicitó criterios a los especialistas sobre la estructura lógica de la propuesta, su validez para implementarla, la posibilidad de generalización de esta a otras metodologías, su nivel científico, de actualidad, su pertinencia social, entre otras. Sus juicios hicieron referencia a:

¿Es acertada la propuesta?

Los especialistas consideran acertado el trabajo, para lo cual argumentan que el mismo posee un adecuado grado de científicidad, avalado por los elementos seleccionados, los cuales en una interrelación dialéctica representan los componentes socioculturales de la ciudad de Caibarién.

De su actualidad.

Los interrogados observan la actualidad de la propuesta, pues la misma se atempera muy fácilmente a las condiciones, necesidades y carencias que tiene hoy el municipio de Caibarién con relación al turismo de ciudad que es el que se

le avecina y muy oportuno para el que ya se está desarrollando en el destino turístico en consolidación Cayos de Villa Clara. Argumentan además que en el contexto nacional es determinante para el desarrollo social la atención al trabajo con el turismo cultural por lo que es táctico el perfeccionamiento del mismo.

En cuanto a la novedad.

Entienden que es una propuesta novedosa porque tiene su punto de inicio en el insuficiente tratamiento que se le confiere a la categoría turismo cultural, donde se analizan demandas y recursos sin un conocimiento adecuado de las potencialidades y limitaciones de ese enclave, y en muchas ocasiones las soluciones están contenidas en él, pero al no ser caracterizado se carece del conocimiento para potenciarlo. Además opinan que es novedoso porque hasta el momento no existe una estrategia que haya podido satisfacer tales ambiciones.

¿Es pertinente en el orden social?

Sobre la pertinencia social de la propuesta opinan que ofrece posibilidades de adquirir conocimientos a un grupo poblacional y este a su vez puede trasmitirlo e influir en las motivaciones del consumidor al cual se le ofrece la cultura local como destino turístico.

¿Posee una estructura lógica?

La propuesta está estructurada de forma lógica acorde a los objetivos propuestos por el investigador. Para lograrse tales resultados es necesaria la realización de este grupo de acciones en forma escalonada y en el que se involucran los diferentes factores (turismo, cultura, comunidad). Poner el plan de acciones en función de lo histórico, lo geográfico, lo cultural y poder contar con una masa de trabajadores y con los medios de difusión masiva de Caibarién, se logrará fomentar la cultura local que además de llegar a convertirse en una oferta complementaria al destino turístico en consolidación Cayos de Villa Clara contribuye a desarrollar su identidad como ciudadanos caibarienses.

¿Es válida su implementación?

Existe consenso entre los especialistas en que la propuesta es válida, porque si se realizan estrategias como estas se podrá contribuir a que los pobladores propios del destino conozcan de forma directa e indirecta sus tradiciones, costumbres y leyendas las cuales a su vez les fortalecen su identidad y les siembra valores.

¿Es posible su generalización a otras metodologías para el trabajo comunitario?

Aseguran que es posible su generalización porque es evidente que la misma se puede insertar adecuadamente en cualquier metodología que trate los estudios comunitarios vinculados a la cultura turística y que muestren caracteres similares a los de la ciudad de Caibarién. Otra de las razones que le posibilita su implementación en otras metodologías, está relacionada con la flexibilidad que le otorga al investigador de poder seleccionar los elementos de acuerdo con los intereses que tenga su proceso de intervención y poder adecuarlo.

Otras consideraciones.

Los especialistas coinciden en que proyectos como este no se queden archivados y puedan generalizarse y aplicarse lo más pronto posible, ya que son de gran valor para lograr ser el polo turístico al que aspira la ciudad de Caibarién pero sin perder la identidad, los valores y la cultura popular tradicional que ese pueblo tanto ama, defiende y disfruta.

Por su parte el investigador considera como una de las sugerencias de mayor profundidad realizada por los evaluados, que aunque los criterio de los especialistas puedan ser una contribución importante, este no debe ser el argumento más fuerte de validación frente a la práctica, por lo que sugiere realizar otras prácticas para que aporten elementos que legitimen la propuesta.

CONCLUSIONES.

- ❖ La actividad turística encuentra en el muy diverso y fascinante patrimonio natural y cultural, su principal detonador, destacando que el factor humano, es decir, las personas, son quienes dan vida al turismo, ya sea como turistas o como anfitriones. De esta forma se aprecia su inmensa amplitud y, por tanto, las enormes potencialidades que implica. Al mismo tiempo, la cultura, en sentido amplio, es un pilar trascendental de la actividad turística, sobre todo si se va más allá de la concepción turismo/ocio/banalización y se acerca más al origen del turismo, la curiosidad, la necesidad de descubrir y saber.
- ❖ El vínculo turismo-cultura-comunidad permite la integración de una oferta de servicios diversificada, adaptable al medio y a la identidad de los anfitriones, que apuntará a atender con más eficiencia al turista, lo cual puede propiciar mayores corrientes de visitantes. Los beneficios de diversa índole generados por este proceso favorecerán la consolidación de productos y destinos turísticos, y por ende la sustentabilidad para las comunidades.
- ❖ El diagnóstico realizado a partir del análisis situacional DAFO a la población residente en la ciudad de Caibarién, las instituciones sociales y culturales y a la Delegación Gaviota Centro S.A. arrojó que existen carencias motivadas por falta de acciones y de recursos materiales, lo que provoca una situación de freno al crecimiento cuantitativo y cualitativo. Además de la falta de coordinación entre las instituciones y organismos relacionados con la actividad turística en el territorio.
- ❖ La Estrategia para contribuir a la formación de la cultura turística de la población residente en la ciudad de Caibarién es una propuesta que contiene las acciones para la búsqueda de soluciones a las debilidades y amenazas

que enfrenta la práctica de un turismo cultural a partir de las potencialidades con que cuenta el territorio. Estas acciones están encaminadas a integrar los ministerios y organismos involucrados en la actividad.

- ❖ La propuesta de Estrategia para contribuir a la formación de la cultura turística de la población residente en la ciudad de Caibarién, fue valorada por los especialistas consultados como una valiosa alternativa para el crecimiento del turismo cultural.

RECOMENDACIONES.

- ❖ Divulgar los resultados obtenidos en este trabajo, así como los elaborados con anterioridad acerca de esta temática a las instancias de gobierno, a instituciones culturales, políticas, sociales, Delegación Gaviota Centro S.A., CITMA, y otras entidades implicadas en el tema con el objetivo de materializar la propuesta planteada.
- ❖ Continuar profundizando en el tema en futuros trabajos investigativos por la importancia que reviste.
- ❖ Introducir el estudio del tema dentro del programa de la carrera de Estudios Socioculturales, para curso futuros, debido a la importancia y actualidad del mismo y la necesidad de formar profesionales de la cultura con estos conocimientos.
- ❖ Profundizar en el estudio del estado actual de la cultura turística de la ciudad de Caibarién.
- ❖ Utilizar los resultados de la presente investigación, debido a que representa un instrumento importante para mejorar el estado actual de la cultura popular tradicional y la cultura turística de Caibarién, y con esto la calidad de vida de sus pobladores y la imagen urbana de la ciudad.

BIBLIOGRAFÍA.

1. AGUDELO, R: *“Programa de Mecanismos de Participación Social en Colombia”*. Universidad Externado de Colombia. Bogotá; 2000.
2. ALEMÁN, M: *“15 Lecciones de Turismo”*; 1964.
3. ANDER-EGG, E: *“¿Cómo realizar una investigación general? Metodología y Práctica del Desarrollo de la Comunidad.”* Ediciones Guernika, S.A.; 1991.
4. _____: *“Conceptos de Comunidad y desarrollo de la comunidad”*. En Selección de Lecturas sobre Trabajo Social Comunitario. Curso de Formación de Trabajadores Sociales. Centro Poligráfico de Villa Clara; 2000.
5. _____: *“Nociones de Comunidad”*. En Metodología y Práctica del Desarrollo de la Comunidad. Ediciones Gernika, S.A.; 1991.
6. ARIAS, H. *“La Comunidad y su estudio”*. Editorial Pueblo y Educación. La Habana; 1995.
7. BUSTOS, M y PÉREZ, A: *“La comunidad sustentable. Participación, educación y gestión ambiental comunal.”* Grupo para el desarrollo integral de la capital (GDIC): La Habana; 1999.
8. CABRERA, G: *“Población, Educación Ambiental, Consumo y Desarrollo: ¿Nuevas interrogantes a viejos problemas?”*: FACUA- EMASESA; 2002.
9. CAMACHO, A; ARIOSA, L: *“Diccionario de términos ambientales.”* Centro Félix Varela: La Habana; 2000.
10. CAPACCI, A: *“Turismo y Sustentabilidad.”* Brigati: Génova; 2002.

11. CARRERAS, B: *"Colores de la villa"*; 2001. (Hológrafo).
12. _____: *"Conferencia sobre los antecedentes del turismo en Caibarién"*. Asamblea Municipal del Poder Popular de Caibarién; 2002. (Hológrafo).
13. CET: *"Gestión de destinos turísticos"* (monografía). Centro de Estudios Turísticos: UH; 2005.
14. CITMA: *"Diagnóstico de los principales problemas ambientales, sociales e institucionales de la comunidad costera de Caibarién, como base para el diseño de un programa de manejo integrado de la zona costera"*; Villa Clara; 2005.
15. COLECTIVO DE AUTORES. *"La Comunidad como referente del trabajo comunitario"*. Departamento de Sociología. UCLV; 2003.
16. COYULA, M; et al: *"Hacia un nuevo tipo de comunidad en La Habana: Los talleres de transformación integral del barrio."* Grupo para el desarrollo integral de la capital (GDIC): La Habana; 2002.
17. DICCIONARIO ENCICLOPEDIA ENCARTA. 2003.
18. DICCIONARIO DE FILOSOFÍA. Editorial Progreso. Moscú; 1984.
19. ENCICLOPEDIA TURÍSTICA. "Concepto de turismo. OMT."(s/f).ELMAR, S: *"Las funciones básicas de la cultura"*. En revista Estudios de teoría literaria, estética y culturología. N° 13-20, enero 1985-diciembre 1986.
20. FAXAS, Y: *"Los Proyectos de Desarrollo Comunitario"*. Concepción y Enfoque. Ediciones CIC- DECAP; 2002.
21. GARCÍA, Y: *"Gestión ambiental urbana del patrimonio cultural en Caibarién"*. Tesis de diploma de Licenciatura en Estudios Socioculturales: UCLV; 2006.
22. GÓMEZ, I: *"Diagnóstico para la puesta en valor turístico del patrimonio histórico cultural de la ciudad de Caibarién"*. Tesis de diploma de Licenciatura en Estudios Socioculturales: UCLV; 2006.

23. GONZÁLEZ, E: *“Cultura y comunicación”*. Editorial Letras Cubanas: Ciudad de La Habana, Cuba; 1984.
24. GONZÁLEZ, M: *“Gestión ambiental de los impactos del Turismo en espacios geográficos sensibles.”* Ediciones Abya- Yala: Quito; 2006.
25. _____: *“Definición de términos”*. Material mimeografiado (s/f).
26. _____: *“Planeación estratégica del desarrollo sostenible en destinos turísticos de sol y playa. Cayo Las Brujas, Jardines del Rey, Cuba”*. Maestría en Gestión de Destinos Turísticos Locales; 2004.
27. _____: *“Relaciones funcionales básicas que caracterizan el mercado turístico”*. UCLA, (s/f).
28. GUADARRAMA, P y PERELIGUIN, N: *“Lo universal y lo específico en la cultura”*, Editorial de Ciencias Sociales. La Habana, 1990.
29. HAULOT, A: *“Turismo Social”*. Editorial Trillas. México; 1991.
30. HERNÁNDEZ, G; et al: *“Historia del municipio de Caibarién desde sus orígenes hasta 1990”*. Comité Provincial del Partido; 1993.
31. ICOMOS: *“Carta Internacional sobre Turismo Cultural”*. La Gestión del Turismo con Patrimonio Significativo, México [en línea]. En <http://www.international.icomos.org> .Consultado el 9 -04- 08.
32. ÍÑIGUEZ, L: *“Lo socioambiental y el bienestar humano.”* En Revista cubana de Salud Publica (on line). vol. 22, N° 1; Enero- Julio. 1996.
33. ÍÑIGUEZ, LUPICINO y POL, E. *“La transformación del medio ambiente urbano. Análisis desde la Psicología Ambiental y Social.”* (pdf). XXIV Congreso Interamericano de Psicología: Santiago de Chile; 4- 9 de julio 1993 MARTÍN, R, et al: *“El turismo, el ocio y la recreación”*. En Teoría y Práctica del Turismo. Libro de Texto de la Licenciatura en Turismo. CETUR. UH; 2002.

34. MARTÍN, R: *“Manual de Teoría y Práctica del Turismo. Tema 1: Fundamentos del turismo”*. Centro de Estudios Turísticos: Universidad de La Habana; 2003.
35. MINISTERIO DE CULTURA: *“Caracterización del Plan de eventos del Sectorial de Cultura de Caibarién”*; 2000. (mecanografiado).
36. _____: *“Diagnóstico Sociocultural Consejo Popular # 1, Centro. Sectorial Municipal de Cultura Caibarién”*; 2005.
37. _____: *“Diagnóstico Sociocultural Consejo Popular # 2: Comunidad Pesquera”*. Sectorial Municipal de Cultura Caibarién; 2005.
38. _____: *“Diagnóstico Sociocultural Consejo Popular # 3: Comunidad Van Troi”*. Sectorial Municipal de Cultura Caibarién; 2005.
39. _____: *“Diagnóstico Sociocultural Consejo Popular # 4: Comunidad Marcelo Salado (Reforma)”*. Sectorial Municipal de Cultura Caibarién; 2005.
40. _____: *“Hotel Unión”*. Museo Municipal María Escobar Laredo; 2002. (Hológrafo).
41. _____: *“Inventario de Construcciones Industriales”*. Museo Municipal María Escobar Laredo de Caibarién. (s/f).
42. _____: *“Inventario Nacional de Construcciones y Sitios del Ministerio de Cultura, Dirección de Patrimonio Cultural”*. Museo Municipal María Escobar Laredo de Caibarién. (s/f).
43. _____: *“Inventario de Construcciones Conmemorativas del Ministerio de Cultura, Dirección de Patrimonio”*. Museo Municipal María Escobar Laredo de Caibarién. (s/f).
44. MINISTERIO DEL INTERIOR, (MININT). Dirección General para el Desarrollo de la Acción Comunal, *op.cit.*

45. MINISTERIO DE TURISMO: *“Plan de Ordenamiento Territorial de los Polos Cayo Santa María, Ensenachos y Las Brujas”*. Sistema de Planificación Física de Villa Clara; 2004.
46. NÚÑEZ, G Y CABRERA, I: *“Pedraplén y turismo”*. En Revista Islas. Año 33(100), septiembre- diciembre. 1991.
47. PÉREZ, M: *“El diseño participativo comunitario.”* Grupo para el desarrollo integral de la capital (GDIC): La Habana; 1998.
48. PROVEYER, C; et al: *“Selección de Lecturas sobre Trabajo Social Comunitario”*. Curso de Formación de Trabajadores Sociales: Santa Clara; 2000.
49. REGAL, I Y J SANTAMARINA: *“El Patrimonio Cultural y el Turismo en Cuba”*, En revista Turismo cultural en América Latina y el Caribe, UNESCO, ORCLAC; 1997.
50. REZSOHAZY, R: *“El Desarrollo Comunitario”*. Madrid. (s/f).
51. ROSENAL, M Y LUDIN, P: *“Diccionario filosófico”*. Editorial Política: Ciudad de La Habana, Cuba; 1981.
52. SÁNCHEZ, A: *“Psicología Comunitaria. Bases Conceptuales y Operativas”*. Métodos de Intervención. 2da edición. P.P.O. Barcelona; 1991.
53. SAVRANSKI, I: *“La cultura y sus funciones”*, Editorial Progreso. Moscú; 1983, (traducción al español con modificaciones).
54. SOKOLOV, E: *“Las funciones básicas de la cultura”*. En Revista Criterios. Estudios de teoría literaria, estética culturología, N° 13-20, Enero 1985- Diciembre 1986.
55. VILLALBA, E: *“Cuba y el Turismo”*, Editorial Ciencias Sociales. La Habana; 1993.
56. *“Turismo Cultural”*. [en línea]. En <http://www.ciberamerica.org> .Consultado el 11-02- 08.
57. *“Arte y cultura”*. En <http://www.gobiernoenlinea.gob.ve>. Consultado el 9-02-08.

58. "Brevario de Cultura Turística" (2007). En http://www.sectur.gob.mx/wb2/sectur/sect_9070_breviario_de_cultura .Consultado el 4-01-08.
59. "Breve historia del turismo by Colonial Tour and Travel". En <http://www.colonialtours.com.do> . Consultado el 20- 01- 08.
60. "Caibarién" .En <http://www.jovenclub.cu> Consultado el 20- 01- 08.
61. "Caracterización" En <http://www.cenit.cult.cu> . Consultado el 18- 02- 08.

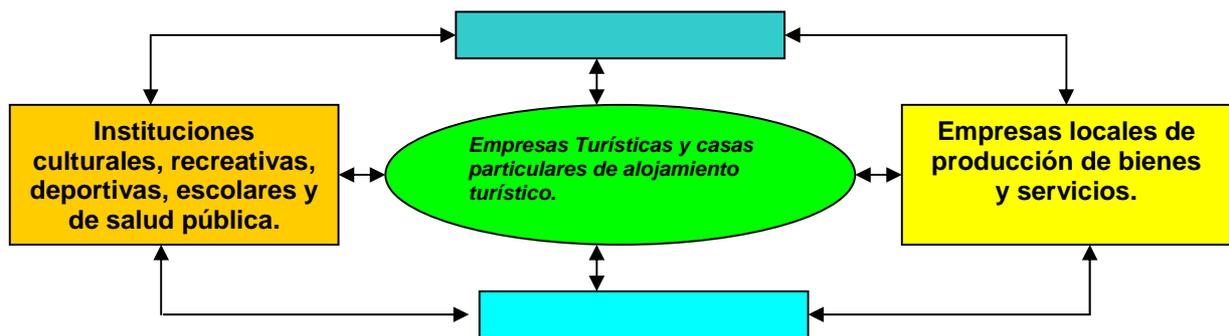
ANEXO I

Valores: aquellos elementos emotivos compartidos, basados en ciertos principios éticos y que motivarán a brindar servicios con calidez.

Compromiso.	Orgullo.
Constancia.	Respeto.
Disciplina.	Responsabilidad.
Honradez.	Vocación de servicio.

ANEXO II

Deberán ser objeto de formación de la cultura turística los diferentes actores sociales, entre los que se encuentran:



ANEXO III



turístico.

ANEXO IV.



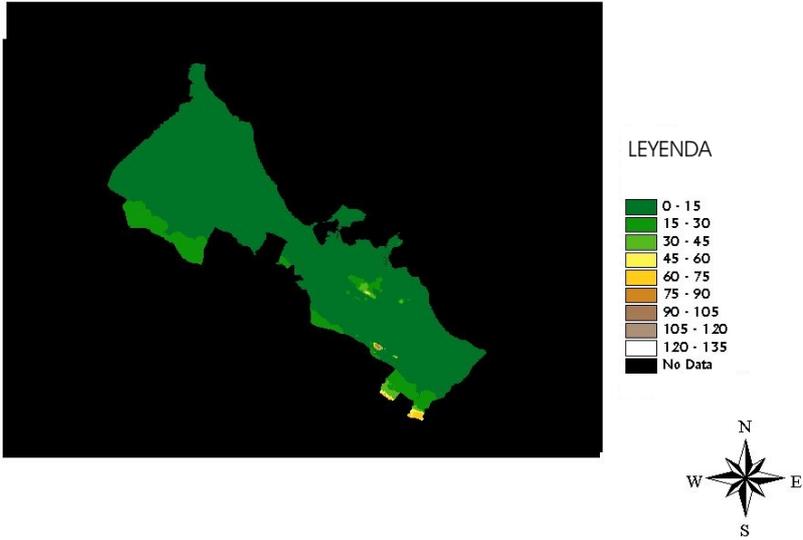
Ubicación geográfica de Caibarién en el archipiélago cubano.

Fuente:(García, 2006).



ANEXO VI

MAPA HIPSOMETRICO



Fuente:(Gómez, 2006).

**ANEXO VII**

Infraestructura construida y humana de cultura. Tradiciones, focos de animación y opciones recreativas en Caibarién.

INSTALACIONES O GRUPOS	CANTIDADES	CAPACIDAD O INTEGRANTES	TRADICIONES
Cines de 35 mm	3	2342	CULTURALES
Cines de 16 mm	1	9900	Parrandas
Teatros	0	0	Carnaval Acuático
Salas de teatro	0	0	Trochas
Galerías de arte	1	9 exposiciones	ALIMENTARIAS
Casa de Cultura	1	-----	Salsa Perro
Museos	1	No funciona	Pulpetas de Macabí
Bibliotecas	2	63200 ejemplares	Harina con Cangrejo
Zoológico	1	55 ejemplares	Arroz a la marinera
Instructores de Arte	18	2.4/10 000 habitantes	Minuta de pescado
Grupos Profesionales de Música	1	27	Bebida: Ningotel
Grupos de artistas aficionados	108	1228	Zargazo
FOCOS DE ANIMACIÓN		OPCIONES RECREATIVAS	
<ul style="list-style-type: none">• Tertulias en la biblioteca con músicos poetas y pintores.• Museo en el barrio, por la Casa de la Cultura.• Noches de plástica, por la Galería de Arte.• Encuentros entre amigos, por varias instituciones.• Peña de María Elena Salado.		<ul style="list-style-type: none">• Cabaret Villa Blanca.• Pista de Baile.• Cafetería Rumbos.• Casa de la Cultura.• ACTIVIDADES Y FESTIVALES:• Ecoarte, Salones Marina, Pinfante, etc.• 1 Base de Campismo con 86 capacidades.	

ANEXO VIII



Aspectos negativos del modo y estilo de vida en Caibarién.

ACTIVIDAD	Medida	DELINCUENCIA	Medida
Sedentarismo	26.5%	Delitos Generales	608
No hacen Grandes Esfuerzos	62.2 %	Delitos Graves	421
Fumadores	38.7%	Delitos Leves	187
Fuma más de una cajetilla al día	15%	Robos con Fuerza	142
Alcoholismo ocasional	49%	Robos con violencia	15
Alcoholismo sistemático	10 %	Violaciones	3
Abuso de medicamentos	Existe	Hurtos	185
Exreclusos	895	Asesinatos	8
Asediantes controlados	64	Homicidios	1
Prostitutas controladas	78	Lesiones	75



Hacienda de Dolores y sus alrededores, un atractivo potencial.



Palmar de Araña con una buena calidad geoecológica.

Fuente: (Gómez, 2006).



ANEXO X

Un inventario de los principales atractivos culturales de la localidad incluye lo siguiente:

- ❖ Trova tradicional. Evento Longina. Casa de la trova.
- ❖ Evento de artes plásticas, Ecoarte.
- ❖ Evento científico de espeleoarqueología Cayo – Barién.
- ❖ Parrandas.
- ❖ Sitios y monumentos de interés histórico. Ruta turística.
- ❖ Fiesta de la danza.
- ❖ Peña Recalo.
- ❖ Festival del vapor.
- ❖ Platos típicos y bebidas.
- ❖ Carnaval acuático.
- ❖ Conciertos de la Banda Municipal.
- ❖ Leyendas marineras.
- ❖ Galería de Arte Leopoldo Romañach.
- ❖ Artesanía popular.
- ❖ Museo Municipal María Escobar Laredo.
- ❖ Guateques Campesinos.

Trova Tradicional. Evento Longina.

El Encuentro Nacional de Trovadores Longina está dedicado al bardo caibarienense Manuel Corona y a su musa cuyos restos se encuentran juntos en la necrópolis de esta ciudad. Se realiza anualmente en el mes de enero comenzando con una peregrinación a dicho lugar a la que asiste el pueblo junto a sus artistas como muestra de respeto y admiración. En este marco se realizan



talleres, conversatorios alrededor de la trova y culmina con un concierto donde se presentan artistas del patio, así como de nivel provincial y nacional, todos unidos por la trova tradicional y sus vertientes actuales, auspiciado por la Asociación Hermanos Saíz.

Casa de la Trova.

La condición de ser la tierra natal del gran trovador Manuel Corona y de tener una enorme tradición trovadoresca puede constituirse en oferta cultural si se inaugurara las muchas veces proyectada Casa de la Trova donde podría actuar el numeroso talento local y podría incluirse la visita al cementerio local donde descansan, como quizás en ninguna otra región del mundo, la musa y el bardo, en una misma tumba, que es además, la más antigua de ese cementerio.

El mismo cementerio sería una oferta cultural por su historia, que podría completarse con venta de flores para honrar al trovador y hasta la interpretación de sus más conocidas canciones por alguno de nuestros trovadores, allí en el mismo sitio.

Esta propuesta, a diferencia de las otras, y a pesar de lo viable que resulta, no tiene en la actualidad proyección alguna, ni apoyo material, por lo que la autora sugiere aplicarla, teniendo en cuenta que requiere de recursos mínimos y provocaría en cambio, posibilidades de intercambio cultural e ingresos al municipio.

Evento de Artes Plásticas ECOARTE.

Evento vinculado al medio ambiente surgido en 1927 por el proyecto del destacado artista de la plástica Javier Gazapo García como evento de arte ecológico.

Este evento se realiza en la Cayería Norte de Villa Clara para reconocer los valores naturales únicos en su tipología, como forma de preservar este entorno, siendo el arte la vía para cuidar la naturaleza.

El proyecto pretende mantener las riquezas naturales y unirlas a riquezas estético artísticas, crear valores para cuidar dicho entorno.



Sus obras han sido expuestas en la Galería “Leopoldo Romañach”, la Galería del Consejo Provincial de las Artes Plásticas y la Galería del Fondo Cubano de Bienes Culturales, ambas de Santa Clara y han sido donadas a distintas instituciones de la localidad. El mismo se realiza en el mes de noviembre con carácter nacional.

Evento Científico de Espeleoarqueología Cayo Barién.

Este evento alcanza trascendencia nacional por la profundidad de las investigaciones que se presentan en él. Tiene carácter teórico y práctico, incluye exploración en sitios locales.

Sus organizadores tienen amplio conocimiento de la zona y de sus sitios, pueden dar explicaciones muy profundas y bien argumentadas al respecto. Se realiza en noviembre y tiene ya su edición No. 20.

Parrandas.

El origen de las Parrandas se remonta en Caibarién al año 1892, es una tradición que les llegó de la vecina ciudad de Remedios, pero prendió inmediatamente en la tradición popular, sobre todo por intereses comerciales que se movían a su alrededor, aunque llegó a ser y es hoy, un fenómeno popular.

Su atractivo radica fundamentalmente en las carrozas y trabajos de plazas que despiertan interés desde el inicio mismo del proceso de montaje en el parque, las pruebas sucesivas, hasta su salida alrededor del parque que suma el desfile del pueblo tras el “Changüí” de su barrio, ofertas irrepetibles en otro lugar del país que concluyen con la competencia de pirotecnia entre ellas.

La variabilidad cosmopolita de los temas escogidos para las carrozas permitirá también a los turistas reconocer este fenómeno de acuerdo a sus vivencias a la par que mostrarán un amplio espectro de manifestaciones populares de las artes plásticas.



Su fecha de celebración se enmarca entre los días 24 al 31 de diciembre, en los últimos años se evita el 24 para diferir de la fiesta de Remedios y dedicar, desde el punto de vista de aseguramiento gubernamental, recursos para ambas.

Fiesta de la Danza.

Demostración del talento artístico local en la manifestación de danza, el que resulta bastante variado, de gran calidad, con repertorio representativo del folklore nacional y latinoamericano y con un gran colorido.

Se realiza como evento teórico y demostraciones en lugares públicos y teatros. Se inicia con un desfile que dura buena parte del día como en el área del Parque “La Libertad”, plaza central de la localidad.

Coincide con los días finales de marzo y primeros de abril cada año, se hace coincidir con la Feria del Libro, lo que aporta otra oferta de interés para el turista.

Peña Recalo.

Actividad caracterizada de cultura popular donde se reúne un público heterogéneo tanto en edad como en vertientes culturales netamente de ese pueblo.

Esta actividad se realiza el último domingo de cada mes y se dedica a un tema de la localidad como han sido los Portales de Lajas, las Esquinas Famosas, las Parrandas, las Escuelas, la Plástica, el Deporte, Personajes del Pueblo, entre otros temas. Esto se realiza en el patio de Bebo y Dinorah el cual ha acogido a la Banda Municipal en su 100 Aniversario, los caibarienses ausentes, prestigiosos escritores de la comunidad como Rogelio Méndez Gallo, trovadores del pueblo a los cuales se le dedicó otros de los programas. Esta oferta cultural está dedicada a todo el quehacer de la localidad y es la muestra más fehaciente de este fenómeno de identidad pues en la misma los artistas exponen sus obras plásticas, fotográficas, escultóricas, artesanía popular, entre otras manifestaciones y así se conoce de primera mano el ámbito cultural de Caibarién.

Es una fuerte plaza de conservación de la identidad local.



Festival del Vapor.

Se ubica en áreas del antiguo Central Reforma, luego “Marcelo Salado” y está dedicado a la conservación del parque de locomotoras de vapor que datan del siglo XIX y XX y hoy se mantienen en buen estado. Además existe en este lugar un museo de la Industria Agro azucarera que expone hitos importantes de esta industria.

Se realiza anualmente en el mes de noviembre y muestra el amor del pueblo por estas reliquias históricas que recuerdan momentos importantes de la actividad fabril admirando el estado de conservación de las máquinas.

Ya tiene interés turístico y se incluye como oferta.

Platos Típicos y Bebidas.

La cultura en Caibarién está muy enraizada en lo tocante al mar, debido a que es un pueblo costero con todo un conjunto de mitos y leyendas de profundo arraigo popular. Existe un libro sobre recetas de cocina marinera, en él se destacan las recetas de la tan conocida Salsa Perro, Albóndiga y Bolitas de Macabí, Escabeche de Picúa, pero además todas están acompañadas por una leyenda marinera, cuento o narración que da pie ha dicho plato. Como se aprecia esta oferta de platos típicos y bebidas se puede convertir en un punto de referencia de la localidad.

Carnaval Acuático.

Forma parte del carnaval caibariense. Se desarrolla en los días finales del mes de agosto, consiste en la exhibición y desfile con fines competitivos de embarcaciones engalanadas en las aguas de la bahía. Incluye actividades acuáticas previas realizadas por el INDER como competencias de habilidades individuales y exhibición de embarcaciones de la escuela provincial de vela.

Se mantiene activada la venta de comestibles y bebida en toda el área del malecón.

Después del desfile de numerosas embarcaciones con demostraciones carnavalescas, se realiza la premiación de las mejores de ellas tras coloridas



iniciativas como desembarcos, pirotecnia, “descubrimientos” y otras propias también del carnaval terrestre.

Concierto Banda Municipal.

Se realiza en la mañana de todos los domingos, en la Glorieta del Parque, como es tradición casi desde su fundación hace más de 100 años.

Esta agrupación surgió como banda infantil el 20 de mayo de 1905 y formó numerosas generaciones de músicos, varios de ellos de relevancia nacional e internacional.

Se presenta ya en el Hotel Ensenachos como excelente acogida por los turistas, pero su entorno ideal es el parque que siempre le ha servido de sede.

Permitiría mostrar al turista sitios y monumentos históricos ubicados en el propio Parque “La Libertad” (Monumento a María Escobar Laredo, María del Carmen Zozaya, Antonio Maceo, museo, iglesia, arquitectura de edificios alrededor del parque).

Leyendas Marineras.

Como pueblo de mar su patrimonio intangible es rico en leyendas marineras entre las que se destacan La Sirena del Canal de los Barcos, La Guasa del Portón, El Hombre sin Cabeza de Cayo Conuco, La Tintorera del Muelle Gorordo, etc. En todas ellas es el mar el escenario donde se desarrollan estas leyendas, él es un habitante de ese pueblo, se mezcla con él, se muestra a través de él, pues el mar, ese que choca en el muro del malecón es un ser vivo, un entrañable amigo para Caibarién.

Galería de Arte.

Situada en el mismo centro urbano, lo que permite incluirla en recorridos, tiene un excelente local y exhibe muestras valiosas por el desarrollo considerable de las Artes Plásticas en Caibarién y en general en Villa Clara. Tiene importantes Salones en varios momentos del año: Marinas (diciembre), ECOARTE (septiembre), Aquino (octubre cada dos años), etc. Todo el año mantiene exposiciones.



Lleva el nombre de Leopoldo Romañach destacado pintor cubano que se inspiró en los paisajes marinos.

Pudiera ser sede de Ferias o Exposiciones de Artesanía Popular con interés comercial, incluso aprovechando su portal amplio y sombreado.

Artesanía Popular.

En esta localidad hay una larga tradición en artesanía la cual se remonta al bordado, tejido, brocado y tiene su punto culminante hoy en la actividad de Amalia Callejas miembro de la ACAA y a los diseñadores de las carrozas, vestuaristas, muestra fehaciente del arte popular.

También surge ahora con gran calidad la repostería y existen artesanos que trabajan las fibras naturales y la madera que no están asociados, pero podrían motivarse con ferias de artesanía popular.

Museo Municipal.

Institución fundada a inicio de la década del 80 del siglo XX, atesora la historia local desde los aborígenes.

Contiene el segundo archivo de América de Negativos de Vidrios, colección que por su soporte resulta casi imposible apreciar en otros lugares del mundo.

Está enclavada, además, en uno de los edificios de más valor arquitectónico y el mejor conservado alrededor del parque, que data del 1926, época de florecimiento económico en la localidad y que tiene historias por sí mismo, debido a acontecimientos que ocurrieron en él, algunos relacionados con la figura de Ernesto Guevara.

Guateques Campesinos.

En la zona de Dolores fueron muy fuertes los guateques campesinos, aún cuando en los últimos diez años perdieron sistematicidad, quedan rastros y pudieran rescatarse como hecho cultural que incluya todo lo típico de esta fiesta campesina con su lechón asado, en un área de fácil acceso que es un patio de



majaguas al lado de la escuela, por lo que se haría los fines de semana solamente.

Se visitaría también la torre del ingenio y conocerían su rica historia, relacionada con la producción azucarera y la influencia africana en la localidad.

Propiciaría reanimarse una tradición, permitiría a los turistas intercambiar con una comunidad interesante, genuina y dejaría beneficios económicos a esa población aprovechando el interés espontáneo demostrado ya por los turistas.



ANEXO XI

Análisis situacional DAFO:

Fortalezas

- ❖ **Voluntad política a favor del establecimiento de estrategias turísticas insertadas al desarrollo integral de la ciudad.**
- ❖ **Buena accesibilidad en el marco territorial regional.**
- ❖ **Ubicación en una de las regiones priorizadas para el desarrollo turístico del país.**
- ❖ **Buena imagen nacional asociada a eventos culturales de importancia.**
- ❖ **Potente tradición cultural.**
- ❖ **Existencia de abundante talento en música, artes plásticas, danza.**
- ❖ **Fuerte sentido de pertenencia de sus pobladores.**
- ❖ **Existencia de estudiosos de la cultura local con amplio conocimiento.**
- ❖ Sistema institucional de la cultura completo.
- ❖ Interés de especialistas para preparar a la población para encarar al turismo.
- ❖ Existencia de investigaciones culturales que rescatan tradiciones, recetas de cocina, leyendas, etc.
- ❖ Postgrado Turismo Sostenible en Comunidades Costeras a Especialistas de Diferentes Sectores de la Economía y la Sociedad.
- ❖ Interés creciente de periodistas y realizadores de los medios de comunicación masiva locales en el tema.



Debilidades

- ❖ Inserción reciente del turismo como fenómeno social al contexto de una ciudad pesquera con potencial de uso turístico, pero sin experiencias antecedentes y una base estructural precedente orientada a otras actividades sociales y económicas.
- ❖ Poca comprensión y falta de conocimiento por parte de los gestores del destino para la puesta en valor turístico real del patrimonio cultural, tanto tangible como intangible.
- ❖ Insuficiente cultura turística básica y especializada en los públicos implicados con el desarrollo turístico del destino.
- ❖ Insuficiente material informativo de apoyo a la gestión del destino.
- ❖ Insuficiente capacidad de alojamiento turístico hotelero y muy limitada oferta de restauración.
- ❖ Poca experiencia con relación a la gestión de la atracción y mantenimiento de los flujos de visitantes.
- ❖ Insuficiente actividad nocturna.
- ❖ Mal estado constructivo del patrimonio inmueble local.
- ❖ Desconocimiento por quienes dirigen el sector turístico de los valores culturales locales.
- ❖ Falta de interés por presentar la cultura como oferta complementaria en este destino turístico.
- ❖ Endebles preparación del personal de la cultura para relación Cultura – Turismo.
- ❖ Surgimiento de una cultura alternativa, al margen de las instituciones con fuerte sentido de pertenencia y en ocasiones con mayor calidad que la institucional.



- ❖ Ausencia de una estrategia de comunicación en función de integrar los valores de la cultura para todos los segmentos poblacionales.

Oportunidades

- ❖ **Posicionamiento del segmento de turismo cultural como modalidad en crecimiento para el aprendizaje vivencial de la historia y la cultura de los pueblos.**
- ❖ **Proximidad al destino turístico de sol y playa consolidado, donde operan importantes cadenas hoteleras bajo el concepto de Playa Plus interesadas en potenciar la visita a la ciudad, lo cual favorecerá progresivamente su imagen propia de destino.**
- ❖ **Posición ventajosa al constituirse en una ciudad de enlace entre la capital provincial y el destino turístico de sol y playa.**
- ❖ **Significación para la vida social de las comunidades locales anfitrionas de los procesos culturales participativos incentivados por el desarrollo turístico.**
- ❖ Crecimiento acelerado de la actividad turística.
- ❖ Existencia de escuelas que forman personal para el trabajo en el turismo.

Amenazas

- ❖ Fuerte concentración a nivel nacional de la oferta y alta demanda del producto turístico ofertado por otros destinos regionales.
- ❖ Incremento de las campañas de promoción y comercialización turísticas de otros destinos culturales consolidados y nuevos destinos emergentes potencialmente competitivos dentro de la región.
- ❖ Expectativas cada vez más elevadas del segmento de mercado que demanda este producto.



- ❖ Prohibición para los ciudadanos norteamericanos de viajar a Cuba, en correspondencia con su potencial como principal mercado emisor para América Latina por razones de proximidad y renta.

- ❖ Tendencia a éxodo del potencial artístico existente hacia la Cayería de Villa Clara.



ANEXO XII

Identidad del destino turístico.

Se pretende desarrollar un producto de turismo cultural en la ciudad de Caibarién, cabecera del municipio. Fundada en 1841 para establecerse junto al embarcadero de Tesisco, frente al cayo Conuco y cerca de la laguna de Escobar, por la familia Cabrera, encomendaron al ingeniero Estratón Bauzá los planos de la futura población, pero levantada en donde se encuentra actualmente. No obstante, en 1832 comenzaron las edificaciones de una ranchería de pescadores llamada Colonia de Vives, en homenaje al capitán general Don Francisco Dionisio Vives, bajo cuyo gobierno se iniciaron las obras y de cuyo pueblecito procede la ciudad de Caibarién que llegó a ser progresista, moderna y plena de todas las actividades e inquietudes comerciales. Caibarién proviene de Cayo Barién, que fue su primer nombre. Albergó aduana habilitada para el comercio internacional de su puerto, que también es de un intenso tráfico comercial de cabotaje y punto estratégico de una serie de rutas y travesías marítimas. En 1841 ya poseía el pueblo 265 personas y cinco años más tarde reunía 407 vecinos de todas condiciones, 799 en 1852 y así sucesivamente. La cultura popular autóctona de la ciudad, se encuentra vinculada a las típicas fiestas populares, y a otras actividades culturales tradicionales que muestran la cultura ancestral, la cual permanece viva.



“Caibarién, ciudad envuelta en leyendas y tradiciones, trazas contemporáneas de una ciudad relativamente antigua con un bello parque central, mítica en su historia y fundaciones: es un destino caribeño donde lo real se torna mágico y lo mágico, excepcional” ¿**Qué es?**: una ciudad histórica auténtica, ¿**Qué hace?** Mostrar la cultura tradicional cubana devenida de la colonización española y la transformación siguiente.

Personalidad del destino: A definirse en base a la manifestación de la auto percepción del destino según sus rasgos de unicidad. Requiere de etapas posteriores de estudio.

Estrategia de posicionamiento del destino (posicionamiento mental a ocupar en el segmento seleccionado) sobre la base de: ventajas competitivas identificadas, ventajas competitivas que han de formar parte de la **identidad del destino** y comunicación al mercado de la posición elegida de forma efectiva. Vías para la formación de la **imagen de destino**: soportes de comunicación promocional, señalética, diseño de espacios públicos, relaciones interpersonales, etc. Papel fundamental de los gestores del destino con relación al plan de comunicación y comercialización del destino basado en la imagen deseada. Para este caso la identidad y la imagen del destino deberán ser coincidentes. Deberá trabajarse en la creación de una imagen de marca del destino con el fin de identificarlo y diferenciarlo, y crear vínculos afectivos con otros destinos. Esta constituirá un importante valor añadido.

Atractivos de posicionamiento.

- Ambiente de una hermosa y rica tradición pesquera en una ciudad ubicada a pocos minutos de hermosas playas. La comunicación incidirá en que es un viaje total al pasado; no solo por las construcciones sino por el ambiente cultural actual, en el que se disfrutará de las tradiciones acumuladas del pasado.
- Atractiva oferta auténticamente cultural a un precio razonable.

Desventajas para el posicionamiento:



- **Imagen aún no consolidada en base a la identidad del destino.**
- **Deficiente calidad en los servicios.**
- **Deficiente desarrollo del sector privado.**

Posicionamiento de la ciudad de Caibarién:

- a. Concepto general: Historia, cultura y tradición cubanas a orillas de la playa y el sol.
- b. Beneficio principal: Facilitación de una oferta variada.
- c. Diferenciación de la competencia: Ciudad de la costa norte.



ANEXO XIII

SOLICITUD DE CRITERIO DE ESPECIALISTAS

Estimado compañero(a):

Solicitamos de UD, su criterio con relación a la “Propuesta del Plan de Intervención Sociocultural en la Ciudad de Caibarién”; apreciando de antemano que sus valoraciones serán muy valiosas para el perfeccionamiento del proceso de aplicación.

Le agradecemos se sirva usted de llenar el siguiente formulario y le ratificamos que apreciamos altamente su criterio.

Muchas Gracias.

DATOS GENERALES:

NOMBRES Y APELLIDOS: _____

TÍTULO QUE POSEE: _____

GRADO CIENTÍFICO: _____

CATEGORÍA DOCENTE: _____

AÑOS DE EXPERIENCIA: _____

DESEMPEÑO ACTUAL: _____

CENTRO DE TRABAJO: _____

1. ¿Considera acertado el trabajo?

SI: _____ NO: _____

2. Argumente teniendo en cuenta los siguientes criterios:

❖ Actualidad- Novedad- Pertinencia.

❖ Estructura lógica.

❖ Validez para la implementación de la propuesta.



- ❖ *Posibilidades de generalización a otras.*
- ❖ *Otras consideraciones.*



Anexo XIV

Nombre y apellidos.	Título que posee.	Grado científico.	Categoría docente.	Años de experiencia.	Desempeño actual.
José A. Cebey	Licenciado	MsC.	Profesor asistente	26	Profesor
Mely González	Licenciada	DrC.	Profesora titular	24	Decana
Ivelitse Expósito	Licenciada		Instructor	13	Profesora
Gloria Piedra	Licenciada		Instructora	2	Profesora
Raúl de la Torre	Licenciado			13	Directivo
Magalys de la Torre	Licenciada			20	Trabajadora
Mercedes Marichal	Licenciada		Instructora	25	Profesora
Evelyn Damas	Licenciada	MsC.	Profesora asistente	11	Directiva
Claribel Oramas	Licenciada			29	Directiva
Yailin Morales	Licenciada			8	Trabajadora
Liliam Guerra	Licenciada			13	Directiva

