

**UNIVERSIDAD CENTRAL "MARTA ABREU" DE LAS VILLAS
FACULTAD DE CIENCIAS ECONOMICAS
DEPARTAMENTO DE TURISMO
CARRERA DE LICENCIATURA EN TURISMO**



TRABAJO DE DIPLOMA

**Título: Diseño de producto turístico rural finca "Rancho
Paraíso" como iniciativa de desarrollo local.**

Autor: Claudia Rodríguez Estrada.

Tutores: MSc. Noel Pérez Rojas.

Consultantes: MSc. Tania Hernández Gallo.

Santa Clara

2016

Pensamiento

"La tierra no es como muchos piensan, un regalo de nuestros padres, es por el contrario un préstamo de nuestros hijos."

José Martí.

Dedicatoria

A mi familia y a la comunidad rural de Viñas.

Agradecimientos

Para recorrer este importante camino que culmina, fue necesario el apoyo de muchas personas, por eso le agradezco a Dios por mis padres, por mi hermano, mi esposo, en fin, mi familia.

Estoy agradecida con mi tutor MSc. Noel Pérez Rojas por su paciencia y esmero en esta investigación, a la MSc. Tania Hernández Gallo, por siempre estar dispuesta a ayudarme. A la propietaria de la finca "Rancho Paraíso" Magalis Herrera Pérez y a su familia, por su constancia y de dedicación con la investigación, a la comunidad de Viñas por regalarme tan hermosos momentos y a la Revolución Cubana por un sistema educacional que le permite a jóvenes como yo realizar sus sueños.

Resumen/Abstract

Resumen

Las necesidades del turista actual, informado y respetuoso del medio ambiente, provocan el creciente desarrollo del turismo alternativo y dentro de este el turismo rural, alternativa capaz de ofrecer nuevos productos turísticos sostenibles que contribuyen al desarrollo local de las comunidades rurales de acogida. La finca "Rancho Paraíso" ubicada en el poblado de Viñas perteneciente a la ciudad de Remedios, dedicada a la producción agropecuaria, cuenta con los recursos turísticos e infraestructura necesarios para el desarrollo del agroturismo como modalidad específica. El objetivo de este estudio es diseñar el producto turístico rural finca "Rancho Paraíso" para incorporarlo a la oferta turística no estatal del municipio de Remedios, como iniciativa de desarrollo local. Para ello se analizaron diferentes metodologías, la autora, asume la aplicación de la propuesta por Funcia (2009), porque engloba los requisitos fundamentales para tal empeño, se basa en métodos científicos de investigación y es viable de aplicar a este tipo de ejercicio. El estudio dio como resultado teórico una amplia recopilación bibliográfica sobre el tema en cuestión susceptible de ser consultada por estudiosos y prestatarios turísticos. Desde el punto de vista práctico, su aplicación permitió identificar la demanda potencial para el turismo rural en el municipio de Remedios, así como los atractivos y actividades para satisfacerlas, integradas en el diseño del producto agroturístico finca "Rancho Paraíso", se demostró su factibilidad al enriquecer la oferta turística en el destino y estimular el desarrollo local endógeno, de esta manera se resuelve el problema científico que dio inicio a la investigación.

Abstract

The necessities of the current, informed and respectful tourist of the environment, cause the growing development of the alternative tourism and inside this the rural tourism, alternative able to offer new sustainable tourist products that contribute to the local development of the rural communities. The property "Rancho Paraíso" located in the town of Viñas in the municipality of Remedios, dedicated to the agricultural production, has the tourist resources and necessary infrastructure to develop the agrotourism like specific modality. The objective of this study is to design the rural tourist product property "Rancho Paraíso" to incorporate it inside the not state tourist offer of Remedios, as initiative of local development. For that reason it were analyzed different methodologies, the author assumes those proposal for Funcia (2009), because it includes the fundamental requirements to reach the goal, it is based on scientific methods of investigation and it is viable of applying to this exercise type. The study gave as a theoretical result a wide bibliographical summary of rural tourism that can be consulted by studios and tourist borrowers. From the practical side, their application allowed to identify the potential demand for the rural tourism in the municipality of Remedios, as well as the attractive and activities to satisfy them, integrated in the design of the product property "Rancho Paraíso", its feasibility was demonstrated when enriching the tourist offer in the destination and to stimulate the endogenous local development, this way it is solved the scientific problem that gave beginning to the investigation.

Índice

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1: ELEMENTOS ESENCIALES ACERCA DEL TURISMO. LA MODALIDAD DE TURISMO RURAL Y SU RELACIÓN CON EL DESARROLLO LOCAL. EL DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS.	5
1.1 Introducción al Capítulo 1	5
1.2. Turismo. Su definición	5
1.3 Impacto y tendencias.....	6
1.4 Taxonomía del Turismo en Cuba	8
1.5 El turismo rural	9
1.6 El medio rural.	10
1.7 Modalidades Específicas del Turismo Rural.....	11
1.7.1 Vida rural.....	11
1.7.2 Turismo gastronómico	11
1.7.3 Histórico-arqueológico	12
1.7.4 Agroturismo.....	13
1.8 El desarrollo local	15
1.8.1 El desarrollo sostenible dentro del ámbito del desarrollo local.....	16
1.9 El Marketing.....	17
1.10 El producto turístico.....	17
1.11 Diseño de producto. Metodologías.	19
1.12 Conclusiones del capítulo.....	22
CAPÍTULO 2: DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA OFERTA TURÍSTICA EN EL MUNICIPIO DE REMEDIOS CON ÉNFASIS EN LA FINCA OBJETO DE ESTUDIO.....	24
2.1. Introducción	24
2.2 Aplicación de la metodología de diagnóstico en la entidad objeto de estudio.	24
Paso I: Formación del Grupo de Diagnóstico:	24
Paso II: Cronograma para la realización del Diagnóstico.	24
Paso III.1: Caracterización general del entorno de la finca “Rancho Paraíso”	25
Paso III.2 Análisis Externo	28
Paso III.3 Análisis Interno	36

2.3 Resultados del Diagnóstico.....	37
2.4 Conclusiones del Capítulo 2.....	40
CAPÍTULO 3: DISEÑO DEL PRODUCTO AGROTURÍSTICO FINCA "RANCHO PARAÍSO".....	42
3.1. Introducción.....	42
3.2 Metodología seleccionada para el diseño de producto.....	42
3.3 Resultados de la aplicación de la metodología seleccionada.....	43
3.3.1 Segunda etapa: Estructurar el producto.	43
3.3.2 Tercera etapa: Proceso de prestación.	53
3.3.3 Cuarta etapa: Precio - viabilidad medio ambiental.....	57
3.3.4 Quinta etapa: Distribución - comunicación.....	62
3.3.5 Sexta etapa: Evaluación.	63
3.4 Conclusiones del capítulo 3.....	65
CONCLUSIONES.....	66
RECOMENDACIONES.....	68
BIBLIOGRAFÍA.....	69
ANEXOS.....	69

Introducción

INTRODUCCIÓN

El turismo es una actividad económica ligada indisolublemente a recursos y atractivos que ejerzan en los turistas la motivación de viajar, por lo que es necesario reconocerlos y ponerlos en función de la actividad turística en caso que se desee aprovechar para estos fines. Aquellos de origen natural son los que desde tiempos antaño han ejercido mayor fuerza de atracción sobre los viajeros potenciales, ya sean las playas, los parajes helados, el clima tropical, la belleza de la flora y la fauna, todavía hoy siguen teniendo protagonismo debido a que el hombre necesita de la naturaleza para lograr un estado óptimo de relajación. (Montero, 2014)

El turismo de naturaleza según la UICN (*La Unión Mundial para la Naturaleza*) es una de las modalidades turísticas que se ha convertido en tendencia en el turismo por la responsabilidad ambiental que encierra y el comprometimiento de los turistas e instituciones y organizaciones turísticas en proteger la naturaleza para el disfrute de las próximas generaciones.

Otros autores como Pérez y Ramírez (2014), lo consideran parte del turismo alternativo y señalan que comprende el ecoturismo, aventuras y el turismo científico, separándolo del turismo rural que incluye entonces la vida rural, el agroturismo, turismo gastronómico y el histórico arqueológico. La autora asume el criterio de los mismos.

Cuba posee un sinfín de potencialidades para el desarrollo del turismo rural, por su clima, paisajes, flora, fauna, la cultura de sus habitantes, entre otros, presentes a lo largo y ancho de su geografía, razones por las cuales el turismo alternativo ha crecido en interés por parte del estado cubano, para ser desarrollado como parte del proceso de desarrollo endógeno de poblaciones rurales o semirurales y reactivar la economía local.

La voluntad del PCC, recogida en los Lineamientos de la Política Económica y Social del Partido, propuso la meta de potenciar y diversificar la oferta turística como fuente de ingreso de divisas a la economía nacional, lo que pasa a formar parte de la planificación turística a nivel nacional y plantea: diseñar y desarrollar

como parte de la iniciativa municipal por los territorios, ofertas turísticas atractivas como fuente de ingreso en divisas (alojamiento, servicios gastronómicos, actividades socioculturales e históricas, ecuestres, de campañas, turismo rural, observación de la flora y la fauna, entre otras) e incrementar los arribos, diversificando los mercados emisores y los segmentos de clientes, elevando los ritmos de crecimiento en correspondencia con el desarrollo turístico. (*Lineamiento 264 y 259 respectivamente de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución 2011*).

La provincia de Villa Clara recibió en diciembre de 2015, 42 858 turistas internacionales para un crecimiento del 8,7% con respecto a igual período del 2014, provenientes de 8 mercados emisores, liderados por Canadá, con el 75% de los arribos, Estados Unidos (18%), quien tuvo un porcentaje de crecimiento de 134.7% y otros como Panamá, Polonia, Bahamas, Italia, Alemania y Francia; la mayoría con destino a la cayería norte de Villa Clara, el cual es líder en la provincia en cuanto a arribos de turistas (*Informe de la Actividad Comercial, MINTUR-Delegación Territorial de Villa Clara, Diciembre 2015*).

La ciudad de Remedios cuenta como ciudad patrimonio de la humanidad y es referencia para los visitantes de la provincia de Villa Clara, sin embargo esta zona posee potencialidades para el desarrollo de la modalidad de turismo de naturaleza, por las características propias del lugar para realizar actividades rurales y por el crecimiento en los arribos de turistas, lo que incita a desarrollar en la región nuevos productos ya sea por iniciativa estatal o particular.

La finca "Rancho Paraíso" localizada en el poblado de Viñas en Remedios, posee una extensión de 3 ha y en ella se desarrollan actividades agropecuarias fundamentalmente el cultivo de frutales, viandas, hortalizas y el cuidado de animales como cerdos, chivos, vacas, gallinas y pavos. Además de esto en poblado existen varios atractivos como ríos, paisajes rurales de gran valor, la cultura y el folklore de la comunidad que favorecen el desarrollo de actividades de turismo de naturaleza específicamente agroturísticas. La finca por su parte cuenta con la infraestructura de servicios necesarios para llevar a cabo estas actividades.

Situación Problemática

Remedios cuenta con una variada gama de atractivos patrimoniales, naturales y culturales, así como una infraestructura para la prestación de servicios turísticos aceptable, sin embargo la actividad turística se limita solo a la cabecera municipal, dejándose de lado los poblados del municipio que cuentan con potencialidades para el desarrollo del turismo rural o de naturaleza. A raíz de esto, y de las necesidades insatisfechas de varios clientes que se alojan en los hostales del centro de la ciudad por realizar actividades en el espacio campestre, algunos propietarios de negocios no estatales han desarrollado iniciativas para la inserción de nuevos productos que varíen la oferta turística de Remedios, que alarguen la estancia media de los clientes que se alojan en sus hostales y sean rentables, sin embargo todos estos emprendimientos han tenido poco éxito por el empirismo y la falta de conocimientos sobre diseño y comercialización de productos de esta modalidad. Además se busca aprovechar la oportunidad que representa la cercanía al destino Cayería Norte de Villa Clara, el cual atrae la mayor cantidad de turistas que llegan a la provincia. Se conoce a priori que existe en la población local una marcada desmotivación hacia las labores agrícolas y en el municipio se presentan terrenos ociosos con recursos susceptibles a uso turístico. Lo cual constituye la situación problemática de la investigación.

Lo anteriormente expuesto unido a la voluntad política del Partido y la Revolución, establecido en el Lineamiento 264 de la política económica del país, conducen a la formulación del siguiente **problema de investigación**:

¿Cómo diversificar la oferta turística del municipio de Remedios de manera que se inserte en las iniciativas de desarrollo local?

Por tanto el **Objetivo General** de esta investigación es diseñar un producto turístico rural en el municipio de Remedios que tribute al desarrollo de la localidad.

Objetivos específicos:

1. Analizar los principales elementos teóricos relacionados con el turismo rural, el diseño de productos turísticos y el desarrollo local.

2. Diagnosticar la situación actual de la oferta turística en el municipio de Remedios con énfasis en la finca objeto de estudio.
3. Diseñar las características y atributos del producto turístico rural a partir del aprovechamiento de las potencialidades que ofrece el medio.

Hipótesis

Si se aplica una metodología de diseño de producto, la cual esté científicamente fundamentada, se diseñará el producto turístico rural finca “Rancho Paraíso”, novedoso, diferente y desarrollador, para ser incluido en la oferta turística no estatal del municipio de Remedios y como iniciativa de desarrollo local. Esta hipótesis tiene como **variable independiente** la metodología a emplear y como **variable dependiente** el diseño del producto turístico rural finca “Rancho Paraíso”.

Desde el punto de vista **metodológico**, la investigación se clasifica como cualitativa con carácter descriptivo. Los métodos utilizados durante la investigación responden tanto al nivel teórico: el análisis y síntesis, la inducción–deducción, el análisis lógico–histórico, como al nivel empírico: la revisión bibliográfica y el análisis documental, la observación directa, el trabajo de campo, entrevistas, encuestas y otros. La investigación abarca el ámbito teórico y el práctico debido a que se logra una recopilación bibliográfica relacionada con sus aspectos esenciales de estimado valor para los estudiosos del tema y los actores turísticos. En el orden práctico la propuesta del producto turístico rural finca “Rancho Paraíso” será de utilidad a la propietaria de esta de manera que contribuya a la mejora de la oferta turística en el territorio de Remedios. Se utiliza la norma Harvard para la bibliografía.

La **justificación de la investigación** está en la necesidad de diseñar nuevos productos que diversifiquen la oferta del municipio de Remedios es claramente visible, ya que posee disímiles potencialidades para la realización de turismo rural, sin embargo, está enmarcado en la modalidad de turismo cultural. Además las autoridades de Desarrollo Local junto al sector no estatal requieren esta investigación en aras de diversificar la oferta del municipio de Remedios como iniciativa de desarrollo local. Por otra parte, la misma tributa al cumplimiento del Lineamiento 264 de la Política Económica del Partido y la Revolución.

Capítulo 1

CAPÍTULO 1: ELEMENTOS ESENCIALES ACERCA DEL TURISMO. LA MODALIDAD DE TURISMO RURAL Y SU RELACIÓN CON EL DESARROLLO LOCAL. EL DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS.

1.1 Introducción al Capítulo 1

La presente investigación como soporte principal del ejercicio académico, requiere realizar una revisión bibliográfica a partir de fuentes actualizadas y de autores reconocidos en la materia tanto nacionales como internacionales, que garanticen su rigor científico y sirvan de sustento a los análisis que se realicen. A continuación, se ofrece un resumen que fundamenta teóricamente las categorías, conceptos y fenómenos que serán abordados a lo largo del estudio, se enfatiza en el estudio de las diferentes metodologías y procedimientos de diseño de productos turísticos para la selección de la más asequible a emplear. Para lograr un ordenamiento y entendimiento de las ideas, el autor establece un orden lógico que va de lo general a lo particular, como se aprecia en el hilo conductor elaborado para este capítulo (*Anexo 1*).

1.2. Turismo. Su definición

Inicialmente, las definiciones de turismo partían de considerar el traslado o viaje como el elemento básico que determinaba su existencia. Si bien esto es así en un primer acercamiento, actualmente se conceptualiza el turismo como un fenómeno más complejo, donde intervienen otros elementos entre los cuales figuran: el alojamiento, la alimentación y la recreación del viajero, además del viaje propiamente dicho (Ayala, 2003, citado en Treto, 2013).

Muchos autores e instituciones han aportado definiciones de turismo a lo largo de los años, como ejemplo están los casos de Hunziker y Krapf (1962), Wall y Mathieson (1982), Michaud (1983), Tourism Society (*Sociedad de Turismo*, 1979), Figuerola (1990), Dacosta (1993), OMT (*Organización Mundial de Turismo*, 1993), De la Torre (1995), Colectivo de autores de la Universidad de la Habana (2005), Martín (2010), Villalobos (2012), citados en Rodríguez (2015). Todos presentan

Capítulo 1

elementos comunes como el desplazamiento fuera del lugar de residencia habitual, la estancia en el destino turístico seleccionado y las relaciones que se establecen entre los turistas y los entes implicados en la actividad turística. Martín (2010), lo define de la siguiente manera:

El conjunto de fenómenos y relaciones económicas, psico-sociológicas y medioambientales que se generan entre los viajeros y 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 y receptores así como las comunidades locales de acogida, con motivo del viaje y estancia de visitantes temporales en un destino diferente a su lugar de residencia habitual. (Martín, 2010)

En esta investigación, se toma esta definición por ser la más ajustada a los efectos, porque engloba no sólo el fenómeno del viaje turístico sino también las relaciones y fenómenos que se producen entre cada una de las personas, organizaciones y comunidades vinculadas al viajero.

1.3 Impacto y tendencias

El turismo tiene fuerte impacto en las economías del mundo, para países que necesitan conseguir divisas y desarrollarse económicamente, este es contemplado como una forma rápida de conseguir ambas cosas. De ahí que inviertan grandes cantidades de esfuerzos y recursos en su desarrollo, convirtiendo la actividad turística en un negocio internacional y en una gran industria a nivel global. (Montero, 2014)

De acuerdo con Bull (1994), los impactos del turismo desde el punto de vista económico son la generación de empleo; la anulación del desempleo y los problemas sociales, así como las fricciones entre la población y los gobiernos; aumenta el nivel de vida de los pobladores y las comunidades. La actividad turística conduce al desarrollo regional, aumenta la renta disponible por habitante, el nivel profesional de la población.

La expansión del capital que genera, dinamiza sectores económicos como la agricultura, la construcción y otros; genera renta de haciendas locales y el aumento

Capítulo 1

de la renta fiscal que lleva al crecimiento económico y tiene una marcada incidencia sobre la inversión.

Por otra parte, Martín (2010), expone que el turismo debe verse más allá del punto de vista económico, porque presenta otras aristas donde tiene además un gran impacto: el enfoque psicosociológico e histórico-cultural y geográfico- espacial; los turistas son personas que viajan y que se relacionan con los pobladores de los lugares que visitan, con las consiguientes influencias mutuas en lo social y cultural y por la existencia de mercados emisores y destinos turísticos y la presencia humana sobre recursos naturales y antrópicos incidiendo sobre el medio ambiente.

Las tendencias del turismo previstas por la OMT (*Organización Mundial de Turismo*) apuntaron a un crecimiento de entre el 3% y el 4% en las llegadas de turistas internacionales en 2015, en sintonía con la previsión de crecimiento a largo plazo del 3,3% anual de *Tourism Towards 2030 (Turismo hacia el 2030)*. Por regiones, las mejores perspectivas correspondieron a Asia y el Pacífico y las Américas (ambas entre +4% y +5%), seguidas de Europa, Oriente Medio y África.

Las tendencias para el turismo en Cuba son optimistas y apuntan a un continuo crecimiento, la ONEI (*Oficina Nacional de Estadística e Información*) vaticina el crecimiento de los arribos de visitantes al país a un ritmo superior. (*Anexo 2*). Desde Estados Unidos han viajado directamente 57.170 estadounidenses y 18.700 a través de otros países; debido principalmente al déficit de capacidades aéreas en vuelos directos. A esto hay que agregar 137.568 cubano-americanos. Este comportamiento ratifica a la región América del Norte como la zona de mayor emisión para Cuba con 1.044.870 viajeros en el primer semestre del 2015, más de la mitad (55%) del total de llegadas.

Los territorios turísticos cubanos que más visitantes han recibido son Varadero (4.769.798 turistas-día), La Habana (1.872.681 turistas-día) y Villa Clara (1.857.244 turistas-día), este último es el territorio con mayor crecimiento: 29,4%, representativo del turismo canadiense en los Cayos del Norte de esta región turística. El mercado canadiense muestra un crecimiento del 12,8% con relación a igual período del año 2014. (Perelló, 2015)

Capítulo 1

El turismo responsable constituye un segmento especializado del turismo y su aparición se remonta a aproximadamente unos 20 años de experiencia. En tan corta historia ha tenido una dinámica evolución caracterizada por un amplio crecimiento en el mercado, del 25 al 30% anual, mientras que el turismo convencional muestra una tasa de crecimiento del 3 al 4 % anual. (Báez, 2001)

El nuevo turista es culto y está bien informado, busca calidad y participación. Sus motivaciones de viaje se multiplican y alejan de la pasividad representada por el “ansia de sol”, orientándose hacia la cultura o la curiosidad. El nuevo turista ha surgido fruto de la experiencia, se ha convertido en un viajero frecuente, que fragmenta cada vez más sus vacaciones y es más respetuoso con el medio ambiente. (Reyes y Barrado, 2005; Ayala y Rodríguez, 2009; Ribeirinho, 2010; Osorio, 2010; Ramón, 2010).

Dichos cambios en el comportamiento del turista han dado paso al “turismo alternativo”, caracterizado por promover estructuras de viaje más flexibles y heterogéneas en distintos espacios naturales (áreas naturales protegidas y no protegidas) y artificiales (urbanos y rurales) que diversifican la organización de las empresas turísticas particularmente en los países subdesarrollados, reconoce e incorpora a la población local como un actor social necesario en dicha organización. El turismo alternativo aboga por un mayor control sobre los impactos ambientales, económicos y sociales que se suscitan en los destinos turísticos. (Osorio, 2010)

1.4 Taxonomía del Turismo en Cuba

En Cuba, el turismo se organiza de lo general a lo concreto, organizados en cinco niveles; el primero correspondiente al **tipo de turismo**, dado por dos grandes grupos según la tendencia del mercado: Turismo Convencional (sol y playa, balneología y turismo de ciudad) y Turismo Alternativo (Turismo de Naturaleza y Turismo Rural); el segundo, reciente, diverso, y en pleno crecimiento, caracterizado por lo opuesto al Turismo Convencional, en particular por el perfil del turista, el diseño de la oferta, actitud de los turistas, número de participantes, entre otros indicadores. De este se deriva el nivel dos, la **clase de turismo**, el cual se divide según el espacio turístico de consumo (Turismo en espacio Rural Natural

Capítulo 1

conservado o medianamente conservado, Turismo en Espacio Rural Cultural y Turismo en Espacio Urbano; ya sea aéreo, terrestre o acuático). En un tercer nivel se ubica la **modalidad turística genérica** (Turismo de Naturaleza, Sol y Playa, Eventos e incentivos, etc.), las que son formadas por la multiplicidad de **modalidades específicas**; estas últimas conforman el cuarto nivel y se definen por la motivación especializada del turista hacia el producto. El último nivel corresponde a las **actividades turísticas concretas**, estas conforman las modalidades específicas y son definidas por la motivación especializada del turista, por un consumo más concreto de las actividades turísticas. (Ramírez y Pérez, 2014)

Visto desde esta estructura, el turismo Rural se ordena como se aprecia en el *Anexo 3*.

1.5 El turismo rural

Varios autores han abordado el turismo rural como parte de sus investigaciones (*Anexo 4*), los conceptos dados son identificables a través de diferentes enfoques: desde la explotación agraria, el enfoque de la ruralidad, desde la óptica geográfica, como actividad meramente económica y desde la óptica ambientalista. (Montiel, Estévez, y Oliveros, 2000 y Barrera, 2009)

En la Resolución No.171 de 2014, del Ministerio de Turismo, en lo adelante Mintur, se define al turismo rural como modalidad turística que se realiza en un espacio rural, en pequeñas comunidades, para conocer y compartir el modo de vida en el campo, sus costumbres y sus tradiciones.

Pérez y Ramírez (2014), dan una definición de turismo rural, la cual expresa que *el Turismo Rural es una Modalidad Turística Genérica que agrupa a un número de modalidades específicas, realizadas en un escenario rural con predominio de actividades humanas, donde la motivación principal de los consumidores está relacionada con la cultura rural, las comunidades locales, los conocimientos y tradiciones productivas, y los valores históricos asociados. Como resultado se produce una dinámica económica y cultural que genera beneficios sociales, y se conserva el patrimonio cultural.* (Pérez y Ramírez, 2014)

Capítulo 1

La definición de Pérez y Ramírez (2014) se toma como referencia para abordar el turismo rural, por ser la más completa y cercana a la naturaleza de la investigación, afrontar además de las actividades, el escenario rural, las motivaciones del turista y el desarrollo de la localidad.

1.6 El medio rural.

El turismo rural lleva a la idea de un espacio geográfico específico: el medio rural, el cual es caracterizado por una serie de atributos, actividades, actores y dinámicas, que le confieren una identidad propia (Cambariza, 2012). A lo largo de la historia el medio rural se ha sido visto desde diferentes enfoques, los que han evolucionado a medida que estos mismos espacios han cobrado nuevos significados.

Entre los enfoques contemporáneos está La Nueva Ruralidad, en el cual lo rural ya no es equivalente a lo agrícola o definido solo por variables demográficas; su definición contempla además el reconocimiento de las tradiciones sociales presentes en la cotidianidad rural, las nuevas demandas del ser humano sobre los territorios rurales y las formas de interacción originadas en los cambios propios de las sociedades. (Cambariza, 2012)

Otro enfoque es el de Desarrollo Territorial Rural, donde lo rural se entiende más allá de lo agrícola, caracteriza y diferencia los territorios rurales de los urbanos, por su dependencia de los recursos naturales, de las actividades productivas y la estructura económica que se desarrollan a partir de éstos; las dinámicas demográficas y las relaciones sociales que acompañan la conformación de la estructura económica; y los procesos institucionales a que conducen esas relaciones sociales, este conjunto los convierten en unidades económicas en las que se practican distintos tipos de intercambio, ésta dinámica determina las posibilidades de crecimiento económico y de generación de riqueza de los territorios rurales (Sepúlveda, Rodríguez, Echeverri, & Portilla, 2003). Siguiendo este enfoque, Barrera (2006), define el ámbito rural en su concepción amplia, territorial y multisectorial, que comprende amplia gama de actividades: “agropecuarias, forestales, pesqueras, agroindustriales y agroalimentarias, así como también las áreas de educación y salud, mejoramiento infraestructural,

Capítulo 1

transportes, actividades financieras, minería, energía, agroturismo y otras. Es una realidad donde se puedan desarrollar las actividades de servicios, las actividades del sector artesanal y de la mediana industria”. (Barrera, 2006)

Por tanto, el medio rural es el resultado de la interacción de cuatro componentes: el territorio, la población y sus relaciones, el conjunto de asentamientos y las instituciones socioeconómicas tanto públicas como privadas.

1.7 Modalidades Específicas del Turismo Rural

1.7.1 Vida rural

Es una Modalidad Turística Específica que se identifica por el interés general del turista ante la cultura rural y los tipos de instalaciones y servicios, gusta de apreciar sus diferentes manifestaciones culturales. Las instalaciones de servicios son de diferentes tipologías, que van desde casas simples hasta edificios históricos, aislados o concentrados en pequeños poblados rurales, así como la modalidad de servicio (prestaciones comunes y self-catering (auto proveedor de alimentos). Como parte de las actividades que realizan los consumidores de esta modalidad están: visitas a componentes materiales de la cultura rural, talleres de artesanía tradicional, etnología, apreciación de expresiones artísticas y equitación, entre otros. (Pérez y Ramírez, 2014)

1.7.2 Turismo gastronómico

Según Pérez y Ramírez (2014), por la fuerza tomada por la gastronomía tradicional, ha cobrado fuerza el Turismo Gastronómico, considerada una *Modalidad Turística Específica donde la motivación del viajero descansa en visitar asentamientos rurales y pueblos donde se conservan tradiciones gastronómicas como parte de las culturas locales*. En este caso deja de ser una necesidad dentro del producto turístico para convertirse en un atractivo turístico esencial. En esta modalidad los turistas buscan conocer los procesos de elaboración de los mismos, visitas a mercados con productos alimentarios tradicionales y participación en actividades

Capítulo 1

locales. Entre las principales actividades turísticas concretas de esta Modalidad Turística Específica están:

Enoturismo

El cual constituye una Actividad Turística Concreta donde la motivación del turista se centra en conocer la cultura vinícola acumulada durante siglos, así como degustar el producto final y compartir las formas de vida del vinicultor, la arquitectura y la historia asociada. Contribuye a potenciar y gestionar la riqueza vinícola de los destinos de este tipo.

Aprendizaje de elaboración de alimentos

La estimulación principal del turista se concentra en la participación en talleres gastronómicos, o por vías menos formales, para conocer los tipos y procesos de elaboración de alimentos a partir de la tradición local, lo cual enriquece su acervo cultural al procesar los alimentos y degustarlos, punto este culminante de su experiencia como visitante.

Alfarería y artesanía gastronómica

La motivación central del turista es la participación en talleres para el aprendizaje de la confección de vasijas y útiles alfareros que han acompañado a la gastronomía tradicional durante años. Es una práctica más allá de la adquisición de un souvenir de artesanía que se expende en los destinos turísticos. Vasijas similares a las que fabrican los clientes son los que conforman gran parte de la vajilla que se emplea. Es además costumbre llevarse a modo de recuerdo muestras de este tipo de alfarería.

1.7.3 Histórico-arqueológico

Según estos mismos autores, esta es una modalidad turística específica en la cual la motivación del turista se centra en los atractivos histórico-arqueológicos. En el espacio rural es donde mejor se conservan estos atractivos, por ello es una de las modalidades más demandadas por los clientes que practican el Turismo Rural es la

Capítulo 1

historia local y los sitios arqueológicos. Entre las actividades turísticas concretas más practicadas dentro de esta modalidad turística específica están:

Aprendizaje de la Historia Local

La motivación del turista se centraliza en conocer la historia local de los destinos que visita, tiene además del efecto económico, el de revalorizar, consolidar y premiar la identidad del mismo y de sus pobladores. La organización de un recorrido por un espacio rural cultural no debe descartar una dosis adecuada de historia local que le permita al visitante conocer sobre ese sitio y obtener experiencias cognitivas.

Visitas a sitios arqueológicos

La arqueología, además de ser una ciencia prospectiva acerca de la vida de pueblos y culturas antiguas, se ha convertido en un atractivo turístico. Por ello, la motivación principal del turista es la visita a sitios arqueológicos significativos para conocer la historia de culturas antiguas.

1.7.4 Agroturismo

El agroturismo es la interacción entre el visitante y la sociedad campesina, donde esta última muestra su idiosincrasia y técnicas agrícolas, comparte su entorno natural en conservación y las manifestaciones productivas que buscan su beneficio económico mediante la combinación de agricultura y turismo. El Agroturismo es una modalidad turística específica que se lleva a cabo en instalaciones agropecuarias, granjas, cooperativas o fincas, donde la motivación del visitante se centra en las prácticas agrícolas y pecuarias, con el conocimiento y disfrute de las tradiciones culturales vinculadas al agro. A ello se agregan servicios de alimentación y hospedaje, todo lo cual aporta una renta adicional al campesino. (Pérez y Ramírez, 2014)

Los hospedajes constituyen un rasgo distintivo de esta modalidad, al ser parte de los atractivos y, por efecto, en motivación para el cliente. Los servicios de alojamiento suelen ser en las propias casas de los agricultores o en habitaciones

Capítulo 1

construidas con esos fines, pero siguiendo la usanza tipológica a partir de la arquitectura vernácula y el empleo de materiales tradicionales. Entre las actividades concretas del agroturismo están las vinculadas a la pecuaria: manejo de animales domésticos para la tracción y la monta, ordeño de vacas y cabras, alimentación de animales domésticos; vinculadas a la agricultura: roturación de tierras, siembra de plantas alimenticias, cosechas de frutos; vinculadas a actividades domésticas: preparación de alimentos cocidos y en conservas. (Riveros y Blanco, 2010)

Se conoce como agroecoturismo, aquel que ofrece al turista la posibilidad de conocer y experimentar de manera directa con los procesos de producción de las fincas agropecuarias y las agroindustrias, culminando con la degustación de los productos. (Riveros y Blanco, 2003)

Una definición amplia de agroturismo es alguna finca u otro negocio que es basado en la tierra que abre al público. Esas empresas ofrecen cosas para ver y hacer, y proveen regalos o productos para comprar. Las actividades que se ofrecen varían en gran medida, al igual que la medida de la interacción con los clientes. Fincas pueden tener facilidades para dormir o que solo puede ofrecer actividades por parte del día. Ejemplos incluyen todo, desde una visita a una cata de vino a montar a caballo. Sobre todo, las fincas agro-turísticas proporcionan educación y una experiencia. (Gagnon, 2012)

El producto agroturístico aprovecha el patrimonio agropecuario y agroindustrial de un determinado lugar para ofrecer visitas que resulten de interés para un cierto segmento de turistas, se ofrecen también servicios de alojamiento, alimentación y venta de productos frescos y procesados en las fincas o en las comunidades aledañas y se crea la infraestructura necesaria para su acceso. (Riveros y Blanco, 2010)

Quienes practican el agroturismo en América Latina, lo catalogan como una de las estrategias planteadas para contrarrestar la crisis de la agricultura, a fin de buscar nuevas ocupaciones a las tierras ociosas o bien aprovechar de mejor manera y con

Capítulo 1

ello diversificar los ingresos de las fincas para evitar el despoblamiento rural. (Salazar, 2015)

También se considera, que está asociado a la observación y/o participación activa del turista en las entidades agropecuarias y/o prestación de servicios de alojamiento y gastronomía local dentro de la propiedad agrícola, por ejemplo: elaboración de dulces, ordeños, manejo de hacienda, arreos, trabajo de maquinaria agrícola, cosechas, etc. (Rurales, 2014).

Después de analizar estos conceptos, la autora concluye que las fincas agroturísticas son aquellas enclavadas en el medio rural, en las que se realizan actividades de ocio activo y pasivo relacionadas con el patrimonio agrícola, ganadero y agroindustrial, ofrecen al cliente la experiencia única de realizar labores agrícolas, estudiar ese entorno y disfrutar todas las bondades del mismo, generalmente incluyen los servicios de alojamiento y restauración.

1.8 El desarrollo local

El desarrollo local pretende situar como punto central al ser humano y a los intereses colectivos, potenciando en su esfera diaria las capacidades de los individuos. Es un enfoque y una práctica que persigue impulsar el desarrollo endógeno, la auto-organización y el bienestar social, para lo que requiere tanto de la participación colectiva como de la intervención individual (Juárez, 2013).

Como se observa en el (*Anexo 5*), el concepto de desarrollo local, se aborda por varios autores, los mismos coinciden en varios elementos comunes como señalar que el desarrollo es ante todo un proceso, el individuo lo comprueba en su esfera personal o local mediante el desarrollo territorial, económico y de la calidad de vida, en este participan los actores locales de una comunidad definida donde se ponen en valor sus recursos endógenos. Sus iniciativas impulsan una identidad propia, un reconocimiento de la localidad, las sociedades apartadas de los flujos importantes y de las redes principales de comunicación son las que contribuyen a ello, al aprovechar sus recursos y valorar su capacidad para atraer a estos flujos. Además, es global y no sectorial.

Un proceso de desarrollo local siempre supone que los diversos sectores económicos, sociales y culturales planteen acciones y programen actividades dirigidas a mejorar y a aumentar la cualificación de la población, las infraestructuras y la mejora del hábitat donde se encuentran. El mismo parte de la hipótesis de que todo territorio tiene un conjunto de recursos materiales, ambientales, económicos, políticos y sociales que lo pueden revalorizar. El modelo de desarrollo local (Anexo 6) requiere movilizar factores y recursos para optimizar su uso y aprovechamiento (Juárez, 2013).

1.8.1 El desarrollo sostenible dentro del ámbito del desarrollo local

Patton convino acertadamente que “se logra la sostenibilidad cuando se juntan la ética, la ciencia y la prosperidad económica” (Patton, 2003). Se necesita crear oportunidad en todos los territorios. En este caso se impondrá un crecimiento real (si se actúa en la escala local) y duradero (si está bien diseñado).

En el caso de Cuba, el desarrollo local se enfoca como “el proceso mediante el cual esa escala implementa las necesarias transformaciones en las dimensiones ambiental, económico-productiva y político-social, a partir de una proyección estratégica elaborada y un plan que se cambiará y evolucionará con la práctica de los propios gestores. Pero este desarrollo no es totalmente independiente, sino que debe mantenerse interconectado con el entorno y formando parte de la lógica del desarrollo nacional” (Guzón, 2003).

Iglesias (2013) expresa que a partir de los estudios realizados, la planificación centralizada ha permitido al país el logro de importantes victorias: alcanzar altos índices en las diferentes esferas sociales como educación y salud; sobrevivir a la crisis económica de los noventa, donde fue decisiva la facilidad del modelo para movilizar y concentrar recursos en los objetivos claves; resistir la política agresiva de bloqueo económico de Estados Unidos, así como contar con estrategias de desarrollo a nivel nacional que han integrado a las diferentes provincias y municipios.

1.9 El Marketing.

El término «marketing» es un anglicismo, del cual se han intentado diversas traducciones con escaso éxito (mercadotecnia, mercadeo, o mercadología) y que hace referencia a la comercialización y relación de intercambio entre dos partes (Serra, 2002). Varios autores reconocidos han abordado el concepto de marketing como es el caso de Santemas (1999), Serra (2002), Andrade (2010), Maidana (2011), Muñiz (2012), Kotler (2006) citados en Medina (2014), todos coinciden en que el marketing es un proceso social y económico, que ve más allá de un enfoque de ventas, porque tiene en cuenta las necesidades y preferencias de los clientes antes de conformar las ideas, bienes y servicios, para desarrollar sobre esa base sus acciones. En esta investigación se tomará como referencia el concepto dado por Kotler (2006): *Marketing es el proceso de planear y ejecutar el concepto, el precio, la promoción y la distribución de ideas, bienes y servicios con el fin de crear intercambios que satisfagan los objetivos particulares y de las organizaciones.* (Kotler, 2006)

Este tiene cuatro variables fundamentales: el producto, el precio, la distribución y la promoción. En el siguiente apartado se analizará el producto turístico por ser un elemento esencial de la investigación.

1.10 El producto turístico.

El producto es una de las variables del Marketing y es definido por Kotler, (1997) como cualquier cosa que se puede ofrecer en un mercado para la atención, adquisición, el uso o el consumo que podría satisfacer un deseo o una necesidad. Incluye objetos físicos, servicios, sitios, organizaciones e ideas.

Solsona (2009) plantea que por producto turístico podría considerarse al conjunto de prestaciones materiales o inmateriales, atractivos y actividades que dan respuesta a las necesidades de la demanda turística.

Un producto turístico es una combinación de prestaciones y elementos tangibles e intangibles que ofrecen determinados beneficios al cliente como respuesta a ciertas

Capítulo 1

expectativas y motivaciones. Este producto ha de ofrecer al consumidor un conjunto de utilidades funcionales y psicológicas, siendo las primeras las que satisfacen las necesidades básicas, y las segundas, las relacionadas con el valor simbólico concedido por el turista al lugar o actividad elegida y al valor social frente a los grupos de referencia. (Perelló, 2001)

El Centro de Estudios Turísticos de la Universidad de La Habana (CETUR, 2006), lo define como: “La combinación de prestaciones y elementos tangibles e intangibles que ofrecen determinados beneficios al cliente como respuesta a ciertas expectativas y motivaciones. Ofrece al consumidor un conjunto de utilidades funcionales y psicológicas, siendo las primeras las que satisfacen las necesidades básicas, y las segundas, las relacionadas con el valor simbólico concedido por el turista al lugar o actividad elegida y al valor social frente a los grupos de referencia”. Por su parte, Salinas y Medina (2008) proponen la siguiente definición: “Los productos turísticos son ofertas de diferentes tipos, que se preparan para ser brindados al turista en forma de actividades y servicios, mediante el empleo de diferentes tecnologías y/o instalaciones, y que resultan capaces de motivar visitas a un lugar, que pudieran ser de corto tiempo hasta de varios días, para satisfacer un interés o necesidad específica de determinados servicios: recreativos, naturales, culturales, de salud u otros, o una combinación de varios de ellos, y que además propicien las mejores experiencias”.

Del análisis anterior se concluye que los productos turísticos combinan elementos tangibles e intangibles, facilidades y atractivos turísticos, que ofrecen determinados beneficios al cliente como respuesta a ciertas expectativas y motivaciones, por tanto, un producto turístico es aquello que se puede vender y comprar, tiene un precio y está constituido por un conjunto de servicios destinados a satisfacer las necesidades y expectativas de los consumidores turísticos.

Por la implicación que tiene para el presente estudio y por su grado de especificación, a continuación se aborda la definición de producto turístico de naturaleza, dada en la Resolución No. 50 de 2014 del Mintur ,que aparece en la Gaceta Oficial No. 19 Ordinaria del 8 de mayo de 2014, es conceptualizado como

Capítulo 1

el conjunto de atractivos, servicios e infraestructuras, con fines comerciales, en un entorno de naturaleza relativamente poco alterado, que incorpora los principios y buenas prácticas que contribuyen a la sostenibilidad.

Para poner en práctica la actividad turística es necesario considerar el proceso de desarrollo turístico como puesta en valor de los recursos naturales y patrimoniales existentes, de creación de infraestructuras y equipamientos y de vertebración del tejido económico y social, capaz de dar respuesta a las necesidades provocadas por la afluencia de visitantes (Solsona, 2009). Siguiendo este autor los **recursos turísticos** son la materia prima de la actividad turística y la base para el desarrollo turístico, constituyendo todo elemento, natural o creado por el hombre, enclavado en un territorio y que por sus características sea susceptible de aprovechamiento turístico, como elemento central o complementario a otros recursos (Solsona, 2009). Los recursos turísticos concurren en un **espacio turístico**, formado por la combinación de lo objetivo y subjetivo a la vez, mezcla de lo natural y lo antrópico e incluso de lo virtual (Salinas, 2007), este autor clasifica este espacio como espacio turístico litoral, natural, urbano y rural, considerando este último como el espacio donde hay predominio de las actividades agropecuarias.

Sin embargo la existencia de recursos turísticos no garantiza el desplazamiento de los turistas (Solsona, 2009), pero del total de recursos turísticos que existan en un espacio turístico, solo los susceptibles a ser transformados en un producto turístico, capaces de incidir en el proceso de decisión de compra del turista y el desplazamiento de los mismos desde su lugar de residencia, constituyen **atractivos turísticos** (Díaz, 2005).

Estos atractivos por su parte al adicionarles servicios y facilidades se convierten en **productos turísticos**, los cuales al tener precio y ser comercializados pasan a ser **ofertas turísticas** (Perelló, 2001).

1.11 Diseño de producto. Metodologías.

La revisión bibliográfica permitió descubrir que para el diseño de productos turísticos existen diferentes metodologías introducidas por diferentes investigadores

Capítulo 1

e instituciones, el análisis realizado por la autora destaca las más actuales y novedosas que se exponen sintéticamente a continuación entre ellos:

La metodología de diseño de producto de Perelló (2001), consta de dos fases la primera correspondiente al estudio de la demanda, la segunda contempla el diseño de producto, la que a su vez cuenta con cuatro etapas, la valoración de los recursos y atractivos, la generación y el tamizado de ideas, la definición de las actividades, el concepto de producto y su evaluación, los servicios y equipamiento necesarios y la fertilización de ideas. La tercera etapa es la estructuración del producto, donde se propone el precio, la distribución y comunicación del mismo así como se establece la oferta, esta termina con una prueba de mercado. La última constituye el estudio de viabilidad (capacidad de carga, impacto ambiental, administrativo legal, económico, financiero, comercial y social).

Beltrán y otros autores (2002), desarrollaron un procedimiento de diseño de producto como parte de un diplomado de Gestión y Desarrollo del turismo Regional en la Universidad Externado de Colombia, este parte del análisis preliminar del entorno (variables, cambios, espacios y flujos) y la competencia. Luego se procede al diseño del producto teniendo en cuenta sus objetivos, tipo y características del mismo y por último una etapa de mercadeo.

El Procedimiento para el diseño de productos de Serra (2003), parte de la generación de ideas, selección o cribado de ideas, desarrollo y test del concepto de producto, diseño de estrategias de marketing y análisis de viabilidad, desarrollo del producto y test de mercado, lanzamiento y comercialización del producto.

La metodología de Martín (2003), inicia con la conformación de un inventario de atractivos visto dentro de la situación competitiva y de mercado, para generar un grupo de ideas que pasan por un proceso de selección; se hace el diseño preliminar del producto conjuntamente con un test de concepto. En el segundo momento del procedimiento se diseña el producto ajustado al test y se realizan estudios iniciales de viabilidad que incluyen los elementos comerciales, técnicos, económicos, financieros y organizativos. Para finalizar se realiza el test de mercado, seguido por el lanzamiento y comercialización del producto.

Capítulo 1

La Secretaría de Turismo de México (SECTUR, 2007), propone un procedimiento que comprende tres fases, la primera es la identificación de oportunidades para nuevos negocios (tendencias de mercado, potencial no explotado, oportunidades de producto/mercado), una segunda fase correspondiente a la definición de estrategias de productos/mercados (valorar la actividad del mercado/segmento y la posición competitiva relativa a su oferta, decidir producto/ mercado se concentrarán los esfuerzos) y la tercera etapa es la estructuración del producto (Concepto, mix de servicios, procedo de prestación y análisis de viabilidad).

La metodología MEPROTUR propuesta por Funcia (2009), posee seis fases, la primera comienza con la determinación de oportunidades, para la que se hace un estudio de la demanda, la oferta de productos, las oportunidades del medio y la competencia. La segunda comprende la estructuración del producto: potencialidades, objetivo, ideas, nombre, equipamiento, mix de servicio, atractivos y actividades. La tercera corresponde a los procesos de prestación: accesos, transporte, alojamiento, restauración, material informativo y los equipos e infraestructura. La cuarta e concierne el precio (cotizaciones, cálculo económico y precio) y la viabilidad (económica, medioambiental, técnica y social). La distribución y comunicación conforma la quinta fase donde se analizan los canales de distribución, el mix comunicacional, las acciones promocionales y el posicionamiento; y por último la evaluación, la que está presente en cada una de las etapas. (*Anexo 8*)

El procedimiento de Machado y Hernández (2010), se estructura a partir de la demanda, el análisis de la competencia y el inventario de recursos que tributan a la generación de ideas, de la cuales se desprenden los conceptos y atributos y el despliegue de clientes, luego se establecen los atributos y requerimientos y seguidamente se procede al diseño de los procesos del producto. Después se analizan las cotizaciones, se fija el precio, se posiciona el producto y se elige el canal de distribución del mismo.

El procedimiento de Medina, Santamarina y Salinas (2011), propone en una primera etapa investigaciones y definiciones previas (demanda, ideas de producto,

Capítulo 1

aspectos legales, opción tecnológica y concepto), después se procede al diseño (área, inventario, relación entre el producto y ofertas cercanas, capacidad de carga, factibilidad, proyecto, menú de programas a ofertar, calidad, precio y plan preliminar de mercadeo). Luego se prepara el producto, se prueba y por último se opera, monitorea y evalúa.

Después se procedió al análisis los criterios más representativos dentro de las metodologías y procedimientos, el que dio como resultado diez criterios que se repetían en estos en igual o más de un 50% (oportunidades, demanda, competencia, recursos y atractivos, generación de ideas, concepto, estructuración del producto, comercialización, viabilidad y evaluación) posteriormente se evalúa la metodología que más criterios de los seleccionados poseía. (*Anexo 7*)

Aunque el procedimiento de Medina, Santamarina y Salinas obtuvo el mismo número de criterios que la de Funcia, los de esta última tenían mayor valor. A partir de los criterios anteriores la autora asume la metodología MEPROTUR propuesta por Funcia (2009) para la presente investigación, se tuvo en cuenta también que la misma fue validada anteriormente en el diseño de productos de naturaleza, es reconocida por especialistas del Mintur y su estudio inicial indica la factibilidad práctica para su aplicación al estudio actual y su rigor científico al permitir la aplicación de métodos y técnicas de investigación científica.

1.12 Conclusiones del capítulo.

El análisis de la bibliografía consultada para la confección del marco teórico de la investigación permite arribar a las siguientes conclusiones:

- 1) Una de las alternativas viables por el que han optado numerosos destinos en el marco del desarrollo del turismo sostenible es el Turismo Rural orientado no solo al crecimiento de la actividad turística sino desde la perspectiva del desarrollo local, pues genera un conjunto de relaciones humanas entre los visitantes y las comunidades sobre la base de los valores naturales, culturales y socio-productivos; el cual conjuntamente con otras modalidades de turismo alternativo tienen un ritmo de crecimiento superior al turismo convencional.

- 2) Cuba se encuentra en un período de crecimiento turístico y de expansión de las modalidades y actividades turísticas como respuesta a los lineamientos económicos aprobados por el Partido Comunista para lograr el desarrollo económico del país, por el avance de la infraestructura turística, y por las nuevas oportunidades de mercado que representan el restablecimiento de las relaciones con Estados Unidos.
- 3) La metodología MEPROTUR propuesta por Funcia (2009) concebida por la autora para el diseño de producto turístico rural finca "Rancho Paraíso" agrupa la mayor cantidad de variables definidas como imprescindibles para la consecución del objetivo de esta investigación, además de considerar para tal decisión otros aspectos descritos anteriormente.

Capítulo 2

CAPÍTULO 2: DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA OFERTA TURÍSTICA EN EL MUNICIPIO DE REMEDIOS CON ÉNFASIS EN LA FINCA OBJETO DE ESTUDIO.

2.1. Introducción

En este capítulo se muestran los resultados del diagnóstico realizado en el entorno y en la entidad objeto de estudio, la finca "Rancho Paraíso". Se realizó para ello una adecuación de la Metodología MEPROTUR al introducir para el mismo, la propuesta por (Martínez y col, 2002), que consta de tres pasos, el primero la formación de un grupo de estudio, segundo la conformación del cronograma de trabajo y por último la ejecución del diagnóstico, que comprende la caracterización del objeto de estudio, el análisis externo e interno de la entidad, para ello se incorpora la herramienta de diagnosis, Matriz Debilidades, Fortalezas, Amenazas y Oportunidades, en lo adelante DAFO.

Los métodos y técnicas de investigación utilizadas para este diagnóstico fueron las encuestas, entrevistas (*Anexo 9*) y la observación directa, así como la revisión documental. Este capítulo tiene como objetivo diagnosticar la situación actual de la finca objeto de estudio y evaluar sus potencialidades para el desarrollo del turismo rural.

2.2 Aplicación de la metodología de diagnóstico en la finca objeto de estudio.

Paso I: Formación del Grupo de Diagnóstico:

El grupo que realizó el diagnóstico externo y de la entidad está conformado por:

- MSc. Noel Pérez Rojas, profesor auxiliar de la Universidad Central de Las Villas y tutor de la presente investigación.
- MSc. Tania Hernández Gallo, coordinadora del Grupo de Desarrollo Local en Remedios.
- Magalys Herrera Pérez, propietaria de la finca "Rancho Paraíso".
- Claudia Rodríguez Estrada, aspirante al título de Licenciada en turismo y quien realiza esta investigación.

Paso II: Cronograma para la realización del Diagnóstico.

El diagnóstico se realizó según el cronograma que se muestra en el *Anexo 10*.

Paso III.1: Caracterización general del entorno de la finca “Rancho Paraíso”.

El municipio de Remedios se encuentra ubicado en el extremo noreste de la provincia de Villa Clara; limita al norte con el municipio de Caibarién, al este colinda con el municipio de Yaguajay de la vecina provincia de Sancti Spíritus; al sur con los municipios de Cabaiguán y Placetas y al oeste con los municipios de Camajuaní y Caibarién. Posee actualmente una extensión territorial de 589.98 Km², (*Anexo 11*). Predominan los suelos fersialíticos pardos rojizos, ferralíticos rojos típicos y concrecionarios. El territorio posee un relieve irregular que varía de ondulado a alomado, con zonas llanas en el extremo noroeste, coincidiendo con la llanura cársica del norte de Las Villas, donde afloran manifestaciones del carso de llanura como diente perro, valles, dolinas, mogotes y cavernas, estas características cársicas influyen en su hidrografía que se caracteriza por la abundancia en aguas subterráneas y fuentes superficiales de poco interés, pues la mayoría de los ríos y arroyos que surcan el territorio son de cauces intermitentes, restringidos al periodo lluvioso y a la rápida infiltración por la influencia de rocas porosas y permeables.

El clima del municipio es del subtipo de llanuras y alturas con humedecimiento estacional relativamente estable, alta evaporación y elevadas temperaturas. La temperatura promedio anual es de 24.4°C, la humedad relativa promedio es del 82%. El período seco corresponde a los meses de noviembre a abril, el período húmedo abarca los meses de mayo a octubre.

Dentro del marco municipal existe un rico patrimonio natural y paisajístico, contando con la presencia de varios yacimientos minerales de importancia nacional y con buenas capacidades de reservas entre ellas el yacimiento de dolomita con valor extraterritorial, ubicado próximo a “La Mina” actualmente en explotación, un yacimiento de Asfaltita en “Dos Sierras” de importancia nacional que se encuentra sin explotar, un yacimiento de caliza próximo al asentamiento de “Viñas” que no se está explotando y un yacimiento de piedra en lo que fue la Cantera “Ricardo Bermúdez”, cercano al asentamiento de Zulueta sin explotar en estos momentos.

En el municipio encontramos áreas de interés natural que han sido identificadas como áreas protegidas de los biocentros entre los que se encuentran el residuario de hojas fósiles de Buena Vista, la Sierra de Bamburanao, la “Loma de La Puntilla”, la “Loma

Texico” y el residuario de árboles fósiles de Zulueta. De igual forma el territorio posee una riqueza forestal destacándose las plantaciones de pino macho, el eucalipto y los bosques naturales, predominan las especies de guásimas, algarrobos, cedros y majaguas.

La ciudad de Remedios posee un riqueza cultural que data de 500 años. La fundación de la Villa de San Juan de los Remedios ocurrió en el siglo XVI, y hoy muestra una rica historia, con un extenso patrimonio arquitectónico, una imagen urbana que se ha mantenido a lo largo de su evolución y una unidad constructiva y arquitectónica como símbolo del decursar histórico de una nación, situación que favoreció que su Centro Histórico Urbano fuera declarado Monumento Nacional en el año 1979. Su principal manifestación, las Parrandas Remedianas, son el acontecimiento cultural más importante de la localidad y una de las tres fiestas nacionales de nuestro país. Atesora además las obras de grandes personalidades como la de los músicos Alejandro García Caturla y Agustín Jiménez Crespo, que han legado al mundo su obra musical. Propia de la riqueza cultural del municipio, destacan las manifestaciones de la pintura, la narrativa oral, los pregones, piropos, apodos y el refranero popular, las canciones de cunas, sus leyendas, creencias y supersticiones.

La División Político Administrativa del municipio contempla un área de 3 140.01ha y está conformada por cuarenta asentamientos con una población de 45 764 habitantes manteniéndose los cinco asentamientos urbanos con una población de 30 476 habitantes, trece asentamientos rurales concentrados mayores de 200 habitantes y 22 asentamientos rurales concentrados menores de 200 habitantes con una población de 15 288 habitantes integrado por diez Consejos Populares: “El Carmen”, “San Salvador”, “Hermanos Herrada”, “Orestes Acosta”, “Heriberto Duquesne”, “Buena Vista”, “General Carrillo”, “Zulueta”, “Tahón-Francisco Pérez” y “Remate de Ariosa” y 98 Circunscripciones.

El Consejo Popular “Heriberto Duquesne”, es un consejo popular rural que comprende los asentamientos de Heriberto Duquesne, Viñas, El Llano y toda la zona rural dispersa aledaña. Limita al norte y este con el Consejo Popular “Hermanos Herrada”, al oeste con el Consejo Popular “Zulueta”, al sur con el Consejo Popular “Buena Vista”. Tiene una extensión de 69.25 km². En este consejo popular se encuentra la finca “Rancho Paraíso”,

específicamente en el poblado de Viñas, el cual tiene una población de 532 habitantes y posee una escuela primaria, un consultorio médico, una bodega, un círculo social, parque y un parque infantil que necesita de mantenimiento principalmente en su equipamiento, este asentamiento está servido por acueducto, no cuenta con ruta de ómnibus suburbano, pero se sirve de las rutas de paso que van a Heriberto Duquesne, Buena Vista y General Carrillo. Existe un vertedero que necesita de mantenimiento.

La finca “Rancho Paraíso” pertenece a la cooperativa “Heriberto Reinaldo” radicada en el poblado de Viñas y tiene una extensión de 3 ha de tierra donde se cultivan viandas, frutales y otros árboles entre ellos también los maderables están presentes: la piña, el aguacate, el plátano en casi todas sus variantes, la caña, el mamey, el mamoncillo, la ciruela, el anón, los cocoteros, el marañón, la chirimoya, el limón, el boniato, la malanga, el guapén, el cedro, el almácigo, el algarrobo, el framboyán, guásimas, tecas, ateyes, palma real, casuarina, y ceiba. Se fomenta la cría de ganado menor, se encuentran corderos, chivos y cerdos y aves de corral como gallinas y pavos. La producción de la finca no es muy significativa por su pequeña extensión y es dedicada fundamentalmente al autoconsumo familiar. En ella vive y labora la familia de la propietaria, los que se ocupan además de la atención al visitante.

El producto turístico que comercializa la finca está enfocado en un recorrido en cualquiera de las sesiones del día, salen desde la ciudad de Remedios en coches coloniales tirados por caballos hasta llegar a Viñas, después de darles la bienvenida en la finca, reciben un coctel de bienvenida y comienzan el recorrido que se realiza fundamentalmente a caballo por el poblado y las tierras de la cooperativa, ya sean valles, riachuelos y ríos y vaquerías en zonas cercanas a la finca, también esta ofrece servicios de almuerzos campesinos y recorridos por los sembradíos y baños en el río. Los clientes que disfrutan de estos servicios son aquellos que se alojan en el hostel de la propietaria o en otros hostales del municipio y a los que las Agencias de Viaje venden el producto como complemento de la visita a la ciudad de Remedios.

Paso III.2 Análisis Externo

El Entorno Económico

El entorno económico del municipio de Remedios se caracteriza por el dominio de la agricultura, fundamentalmente la caña de azúcar, el desarrollo de los cultivos varios y la ganadería; existe también diversidad de pequeñas industrias. La actividad turística, como una de las direcciones principales de desarrollo socioeconómico del país, juega también un papel significativo en el territorio por la amplia gama de recursos naturales e históricos-culturales, en lo fundamental ha estado orientado al turismo internacional. En cuanto a la producción pecuaria la entrega a sacrificios, la producción porcina y de leche aumentaron en 2014, debido fundamentalmente al suministro de concentrados (piensos); mientras que la producción de huevos y la existencia de aves y ganado menor no tuvieron la misma suerte. *(Anexo 12)*

El municipio cuenta con dos Complejos Agroindustriales de relevancia en la provincia, el Heriberto Duquesne con una destilería y el Chiquitico Fabregat con una refinería, integrada al Proceso de Perfeccionamiento Empresarial y sus subsistemas. Existen en el territorio un total de 29 instalaciones industriales, entre las que se incluyen talleres, industrias y establecimientos, las principales instalaciones se describen en el *(Anexo 13)* La Empresa Municipal de Comercio y Gastronomía, se encuentra ubicada en la cabecera municipal, con una UEB en Zulueta y otra en Buena Vista. El territorio cuenta con una red de cuatro restaurantes, cuatro mini restaurantes, once cafeterías, cinco centros nocturnos y dos moteles; de igual forma existe otras instalaciones destinadas a catorce puntos de ventas tanto gastronómicos como industriales y otras como círculos sociales; centro de elaboración de la merienda escolar; comedores pertenecientes al Sistema de Atención a la Familia (S.A.F) y a los trabajadores (S.A.T); bodegas que cuentan con cinco Oficinas de Registros de Consumidores, con un total de 76 unidades; dos mercados ideales con dos puntos de ventas, seis de productos industriales, un punto de venta de materiales de la construcción, dos pescaderías independientes y cuatro canastillas.

La Unidad Empresarial de Base de Transporte de Remedios se encarga de prestar los servicios de transportación de pasajeros, transportación de carga y paquetería, revisión técnica e inspección, entre otros. Para el transporte de personal solamente cuatro

asentamientos urbanos cuentan con instalaciones (Remedios, Zulueta; Buena Vista y General Carrillo).

Los servicios de telefonía están rectorados en el municipio por la Empresa ETECSA, la que cuenta con varias instalaciones de apoyo: un Centro Multiservicio localizado en la cabecera municipal y cinco plantas telefónicas de ellas cuatro digitales y una analógica, ubicadas en los asentamientos urbanos todas en buen estado. Los servicios de correo cuentan con siete oficinas ubicadas en los asentamientos urbanos, una en el asentamiento de Chiquitico Fabregat y una en Heriberto Duquesne. En los asentamientos rurales concentrados y las zonas dispersas no existen instalaciones destinadas a la actividad de correos, el servicio se brinda a través de agentes postales y en las bodegas de los lugares habitados.

La población laboral representa el 57,6% del total municipal, existiendo una tendencia al crecimiento de la población post laboral (más de 65 años) que representa el 24,3% del total, la cual no tiene garantizado un futuro reemplazo con la población pre laboral que es menor y que representa solamente el 18,1% del total. La población femenina laboralmente activa representa el 47%. La población en edad laboral en las zonas rurales representan el 28.5% del total de la población en edad laboral, mientras que en los asentamientos urbanos radica el 71.5%, situación que incide negativamente ya que las ofertas de empleos disponibles están principalmente dirigidas hacia las zonas urbanas del municipio en Remedios y Zulueta.

El número de trabajadores por cuenta propia es una cifra que varía constantemente, al cierre del mes de mayo del 2014 según datos aportados por la ONAT Municipal, existían un total de 1877 trabajadores por cuenta propia, cifra que aumentó con más de 500 nuevos cuentapropistas con respecto al año anterior, siendo el sector estatal el que se ha visto más afectado, situación que ha tenido su causa en el proceso de reordenamiento laboral que se lleva a cabo en todo el país.

El turismo genera ofertas de empleo, dirigidas por el Mintur, encargado del proceso de selección y aprobación de la fuerza de trabajo, utilizándose solo a la Dirección Municipal de Trabajo como puente para la captación laboral, sin tener en cuenta las fuentes priorizadas del territorio; quedando en la mayoría de los casos las plazas ocupadas por personal que no reside en el municipio y en otros casos personal que ya tiene vínculo

laboral. Esto trae como consecuencia que los principales movimientos pendulares externos están motivados por las ofertas de empleos que garantiza el desarrollo turístico en la Cayería Noreste de Villa Clara, moviéndose principalmente la población residente en Remedios, Zulueta, Buena Vista y General Carrillo hacia ese polo. Sin embargo, la proximidad a la cayería norte de Villa Clara como polo turístico importante, posibilita la inclusión de la ciudad en las ofertas de turismo histórico.

En cuanto a capacidades de alojamiento el municipio posee tres hoteles ubicados en el centro de la ciudad, el Hotel Mascotte con 10 habitaciones, el Hotel Barcelona con 24 habitaciones y el Hotel Camino del Príncipe con 26 habitaciones, mientras que el sector no estatal, cuentan con 90 hostales, de ellos 51 comercializados en cuc y el resto en moneda nacional, agrupados en su mayoría en el centro histórico de la ciudad de Remedios. Además presentan otros tipos de alojamientos, entre ellos dos moteles uno en la Playa de Jinaguayabo, Motel "Playa Jinaguayabo", y en el asentamiento de Buena Vista, el Motel "El Mirador".

En el Centro Histórico de la ciudad existen instalaciones que brindan servicios gastronómicos y recreativos en moneda libremente convertible, como forma de diversificar los servicios turísticos, algunas pertenecientes a la empresa Palmares entre los que se encuentran "El Louvre", "El Parrandero" y "El Güije"; y otros a la Empresa de Comercio y Gastronomía como es el caso del Restaurante-Parrillada "Los Portales de la Plaza", Restaurante-Cafetería "Driver's Bar", Centro Nocturno "Las Leyendas", Cafetería-Pizzería "La Fe".

El Entorno Político

Las políticas que rigen el desarrollo en el municipio de Remedios, son aquellas trazadas por el Plan Provincial de Ordenamiento Territorial de la provincia de Villa Clara en el año 2011, regido por el lineamiento 120 de la política económica del país, que además incluyen las políticas nacionales. A partir del criterio de que el municipio de Remedios es uno de los municipios en la provincia seleccionado para desarrollar e implementar el Plan de Desarrollo Integral, se trazaron las Líneas de Desarrollo que tienen en cuenta el uso de las potencialidades endógenas municipales en función de desarrollar el territorio; las capacidades actuales y el aprovechamiento de las tradiciones culturales y patrimoniales existentes. Estas son:

1. Potenciar el desarrollo local que garantice la sostenibilidad económica y social del territorio.
2. Potenciar el desarrollo turístico que promueva las potencialidades territoriales.
3. Mejorar la funcionalidad del espacio productivo de la agricultura y su ordenamiento a escala territorial.
4. Potenciar el desarrollo industrial que fomente y desarrolle las capacidades instaladas.
5. Potenciar el desarrollo de la infraestructura para un desarrollo territorial sostenible.
6. Desarrollar políticas que protejan el medio ambiente y minimicen peligros, riesgos y vulnerabilidades.
7. Desarrollar políticas sociales que respondan a la evolución sociodemográfica.

Como se observa existe la voluntad política para el desarrollo del turismo en el territorio, por la cercanía al polo turístico de la Cayería Norte de Villa Clara y la puesta en marcha de otras modalidades de turismo como: el turismo de ciudad, naturaleza, cultural e histórico; lo que potencia a la ciudad de Remedios declarada Monumento Nacional, como importante eslabón para el desarrollo de este sector, aprovechando su patrimonio tangible, intangible y sus valores naturales; para lo cual se hace imprescindible resolver una serie de insuficiencias actuales en la prestación de servicios. El turismo está llamado a convertirse en el motor de desarrollo económico local, no sólo por los argumentos anteriores sino por el aprovechamiento de la fuerza de trabajo del territorio y la participación de los presupuestos territoriales en los ingresos generados por el mismo.

El Entorno Social

La población del municipio es de 45 252 habitantes, de ellos 30 852 habitantes se localizan en los asentamientos urbanos representando el 68.18% del total municipal y 14 400 habitantes residen en los asentamientos rurales concentrados y zonas dispersas representando el 31.82%. Sin embargo la tendencia en la población rural dispersa muestra un marcado decrecimiento, situación que indica la migración hacia las zonas urbanas y concentradas con mejores servicios y empleo, fundamentalmente en Remedios y Caibarién, en aras de elevar el nivel de vida. Dentro de los servicios básicos que se analizaron se encuentran los relacionados con la satisfacción de las necesidades

principales de la población como son: servicios de salud pública, educación, comercio y recreación. (Anexo 14)

Medioambiente y Entorno Tecnológico.

El territorio cuenta con 22 focos de contaminación que afectan las cuencas hidrográficas, la atmósfera y los suelos, en cada uno de los asentamientos urbanos. Estos son las UEB Destilería e industria Heriberto Duquesne los principales focos contaminantes de la provincia, Porcino Remate de Ariosa y Refino Chiquitico Fabregat; Los asentamientos de Remedios y Zulueta; los centros porcinos “Heriberto Duquesne” y “Francisco Pérez”; la fábrica de conservas “Los Atrevidos”; la Tenería “La Roupereza”; el taller de confecciones “FENIX”; El Hospital General “26 de Diciembre”; los Vertederos de Remedios, Zulueta, Viñas, Heriberto Duquesne, Buena Vista, Remate de Ariosa, General Carrillo, Jinaguayabo y las lagunas de oxidación de Remedios y del IPA “Lidia Doce”. En el caso de la contaminación atmosférica, las que se presentan tiene un grado de emisión medio y son en su mayoría panaderías, dulcerías y las UEB Chiquitico Fabregat y la Destilería e Industria de “Heriberto Duquesne”. La contaminación de los suelos está dada por 8 vertederos los cuales constituyen focos de vectores, malos olores; en ellos se vierte un volumen de 7 792 m³ de desechos mensual que puede ascender en los meses de junio y diciembre por la celebración de los festejos populares. Por su ubicación geográfica y sus características geológicas, geomorfológicas, de la red hidrográfica y de su fondo habitacional, el municipio está expuesto a diferentes riesgos y peligros de desastres como ciclones tropicales, intensas lluvias, tormentas locales severas, penetraciones del mar, intensas sequías, incendios de áreas rurales, peligros de desastres de origen tecnológicos, ruptura de micro presas y peligros de desastres de origen sanitario.

El Entorno Internacional

El entorno internacional actual se caracteriza por la persistencia de los efectos catastróficos de la crisis económica de 2008, que no solo afecta a los países subdesarrollados, sino a los desarrollados de Norteamérica, Europa y Asia, paradójicamente, han surgido economías emergentes como Brasil, Rusia, India, China y Sudáfrica que permiten un balance más favorable a nivel internacional.

Al mismo tiempo se mantiene la afectación a la paz mundial por la existencia de conflagraciones bélicas en diferentes lugares, así como conflictos raciales, étnicos y culturales que provocan la inestabilidad, la inseguridad y la amenaza a la propia existencia del hombre en la tierra. En el orden interno las contradicciones clasistas se agudizan y estimulan la ingobernabilidad y el auge de los movimientos sociales por reivindicaciones de todo tipo.

En América Latina se produce un proceso de integración regional significativa y la existencia de gobiernos progresistas, permiten ritmos de crecimientos superiores al 5 % anual y la declaración de la región como zona de paz. No obstante, en los últimos meses la derecha se ha impuesto y ha subido a la presidencia a gobiernos de corte neoliberal como Argentina y el reciente golpe de estado en Brasil.

Los problemas medioambientales globales continúan influyendo negativamente en el desarrollo de las naciones, los efectos del cambio climático provocan la prevalencia de catástrofes naturales que afectan a miles de personas anualmente y entorpecen el crecimiento normal de las economías en desarrollo. Las políticas proteccionistas y neoliberales de los gobiernos del primer mundo contribuyen a ello. La globalización neoliberal es un flagelo permanente que complementa la crisis estructural general del capitalismo contemporáneo.

En este ámbito, el turismo es un fenómeno que cobra más fuerza en el balance económico mundial y se ha convertido en una opción para el desarrollo de muchas economías tercermundistas y en vías de desarrollo. Cuba se encuentra en una situación desfavorable con respecto a los demás países que conforman el área caribeña por la presencia del bloqueo económico, que a pesar del proceso de normalización de las relaciones diplomáticas entre Cuba y Estados Unidos, todavía sigue siendo un tema pendiente, porque el mismo persiste y las libertades establecidas por el gobierno norteamericano para viajar a Cuba son insuficientes, sin embargo en el último año se registró en el país un crecimiento considerable del mercado turístico norteamericano.

Análisis del Entorno Competitivo o microentorno de la finca “Rancho Paraíso”:

Clientes.

Según un estudio realizado por especialistas de TopRural, Compañía Española de Turismo Rural el perfil del turista rural comprende los siguientes aspectos: Tienen entre 25 y 45 años de edad, el 56% son mujeres y el resto hombres, viajan a lo largo de todo el año y tienen una estancia media en el destino de 2.88 días. Viven en el medio urbano y presentan un elevado nivel de vida. Muestran un gran respeto por el medio ambiente y buscan el contacto directo con la naturaleza, costumbres, historia, exotismo y tradiciones de la comunidad rural, al mismo tiempo que desean compartir y aprender a través de contactos vivenciales con las poblaciones locales. Los aspectos más valorados son la relación calidad-precio, la limpieza, el trato con el propietario y el ambiente tranquilo, aislado que favorezca el reposo.

En el caso de los turistas que visitan el destino Villa Clara, según estadísticas ofrecidas por la ONEI y los datos ofrecidos por la Delegación Territorial del Mintur en Villa Clara, sus principales mercados turísticos son Canadá, Estados Unidos, Polonia, Italia, Francia, Alemania (estos últimos disminuyeron en 2015 su porcentaje de crecimiento respecto a igual período de 2014) entre otros. *(Anexo 15)*

La forma de organización del viaje que prevalece en ellos es a través de agencias de viajes y de manera individual, destacándose Gaviotatur con el mayor número de operaciones en excursiones hacia el territorio, provenientes la gran mayoría del polo turístico Cayos de Villa Clara. Las principales motivaciones están dadas hacia las actividades relacionadas con el turismo cultural, de ciudad, y en menor medida hacia el turismo de aventuras y ecoturismo. *(Anexo 16)*

Los clientes que recibe la finca son aquellos que al hospedarse en el hostal “Paraíso Colonial” de Remedios perteneciente, al igual que la finca, a la misma propietaria, y por incidencia de ella, deciden visitarla, también están aquellos que mediante algunas Agencias de Viajes que tienen burós de ventas en los Hoteles de los cayos de Villa Clara, compran la visita a Remedios y como complemento la visita a la finca, pero estos casos son más raros, los más frecuentes son los mencionados anteriormente y los residentes en otros hostales que sus dueños solicitan este servicio, ya que los clientes de estos establecimientos tienen una estancia media en Remedios de 2 días y su

principal motivación es la visita a los cayos y el disfrute del sol y la playa. Los principales mercados coinciden con los que visitan los cayos, Canadá, región de la cual son la mayoría de los turistas que visitan la finca, Alemania, Francia, Italia, entre otros. Lo cierto es que las visitas no se dan con frecuencia habitual y son organizadas de manera básica y empírica dando al traste con la falta de información acerca de las motivaciones y los mercados que consumen este producto.

Se aplicaron encuestas en el municipio de Remedios durante un período de 15 días a los visitantes alojados en los hostales y a los que realizaban recorridos por la ciudad con la colaboración de los guías fundamentalmente de Gaviotatur, que estaban al frente de los mismos. En ese período se aplicaron 226 encuestas, de ellos el 93% de los encuestados manifestó su deseo de realizar actividades agroturísticas, por tanto se analizaron 210 con el objetivo de conocer la demanda potencial de la oferta agroturística en el municipio, las cuales procesadas por la autora mediante los software informáticos Excel y SPSS versión 20, arrojaron la siguiente información: la muestra estaba conformada en su mayoría por canadienses (67), franceses (38), alemanes (34), argentinos (27), ingleses (21), cubanos-americanos (13), españoles (5), chilenos (3) y ecuatorianos (2); el 67% de ellos hombres y el resto mujeres, la mayor cantidad de encuestados se encontraban comprendidos entre los 21 y 40 años de edad, siendo la edad media de 34 años. De los encuestados el 50% viajan acompañados de familiares, el 44% junto a los amigos y el 6% realizan sus viajes sólo. (*Anexo 17*)

Las actividades más representativas fueron las visitas a las producciones agrícolas, producción de café, caña de azúcar, piña y otros cultivos, participar en la crianza de animales, aprender de la gastronomía rural, conocer la cultura campesina, interacción con las comunidades rurales y las visitas a lugares de interés histórico, es válido destacar que las restantes tuvieron una aceptación por encima del 30%. En cuanto a la duración de las jornadas de actividades agroturísticas, la mayoría decidió que asignaría entre 1 y 4 horas para llevarlas a cabo, el resto dedicaría de 4 a 6 horas o más de 6 horas. Muchos de los sujetos abordados estarían dispuestos a pagar por un producto agroturístico entre 10 y 40 cuc (72,9%) y el resto (27,1%) entre 40 y 70. (*Anexo 18*)

Principales proveedores.

La finca tiene producciones limitadas al autoconsumo familiar, solo algunas plantaciones son recogidas para acopio, fundamentalmente frutales como la piña y el aguacate, para la realización de las actividades turísticas en la misma los proveedores de alimentos que no se producen en la finca son estatales en el caso de las bebidas, compradas en las Tiendas Recaudadoras de Divisa, las viandas son obtenidas de los vendedores particulares y estatales de las mismas. La finca solo cuenta con 5 caballos, por lo que para las cabalgatas es necesario el alquiler de los caballos a los campesinos de la zona de Viñas.

Competidores reales.

La finca donde está enclavada, no tiene productos competidores, esta es la única que ofrece este tipo de ofertas en la localidad de Viñas, sin embargo en el poblado de Guanabanabo existe una finca llamada “Los Manteletos”, dedicada a la producción de frutales para la venta a hoteles y hostales de Remedios y además realiza excursiones a la misma. Además de esta existe otra finca que también realiza excursiones turísticas en sus territorios y que al igual que la anterior vende sus producciones al turismo, esta se ubica en Zulueta y es llamada “Las Coloradas”.

Competidores potenciales.

En este caso si existen un gran número de competidores potenciales, debido a que este territorio está lleno de fincas y espacios propicios para el agroturismo que por la experiencia que va llevando la finca en cuestión, pudieran interesarse por ofertar este producto.

Productos sustitutos.

Los productos sustitutos a la finca “Rancho Paraíso” son la finca “Los Manteletos” y “Las Coloradas”, además del producto turístico de naturaleza safari “Vista en lo natural”.

Paso III.3 Análisis Interno

Subsistema de Marketing y Comercialización.

La comercialización de la finca está en manos de terceros, las Agencias de Viaje Havanatur, Cubatur, Paradiso y Ecotur, las cuales comercializan igualmente el hostel, estas llevan a cabo todas las acciones de comunicación y comercialización de la misma,

sin embargo estos esfuerzos son pocos y la internet ha venido a ser la primera fuente de contacto con los clientes potenciales en los sitios casaparticular.com, cubaways.cu, y en las redes sociales tryadvisor, twitter y Facebook; la mayoría de los esfuerzos de promoción se realizan con el hostel que es a su vez el enganche para luego ofertar la finca, por lo que esta no tiene canales de distribución directa y es dependiente totalmente de los clientes que compran el hostel, siendo ese su mercado objetivo.

Otros subsistemas.

No está diseñado o implementado ningún subsistema de Dirección, de Gestión de la Calidad, de Gestión de los Recursos Humanos ni Económico Financiero, los procesos del producto que ofrece la finca no están diseñados, ni existen procedimientos estandarizados de trabajo con las prestaciones, el manejo de todos los aspectos del producto turístico que ofrece la finca está marcado por el descontrol, el empirismo y la espontaneidad, debido a la falta de conocimiento de gestión en todas las áreas mencionadas anteriormente.

2.3 Resultados del Diagnóstico.

A partir de los referentes anteriores, se desarrolló una técnica grupal para sintetizar el diagnóstico a través del listado de las fuerzas, las debilidades, las amenazas y las oportunidades y su cruzamiento para arribar a conclusiones que facilitaran el diseño del producto. Las mismas se describen a continuación.

Fortalezas

- 1) Concentración de recursos turísticos que posibilitan la realización del turismo rural.
- 2) Voluntad personal de la propietaria para desarrollar el producto.
- 3) Respuesta positiva de la comunidad receptora.
- 4) Cercanía de otros recursos culturales como la ciudad patrimonial de Remedios, centrales azucareros y minas de dolomita.
- 5) Existencia de servicios básicos como agua, electricidad, correos y teléfonos.
- 6) Estar ubicada en un municipio seleccionado para el Programa de Desarrollo Integral (PDI).

Debilidades

- 1) El producto turístico no está diseñado, se ofrece de manera empírica, informal y espontánea.
- 2) No posee una política de precios adecuada.
- 3) Desde el punto de vista visual en la Finca se observan elementos que afectan el paisaje rural.
- 4) La comercialización es deficiente al no poseer canales propios de distribución.
- 5) No posee una estrategia de comunicación.
- 6) El personal carece de capacitación sobre el servicio turístico y su gestión.

Amenazas

- 1) Efectos indirectos de la crisis económica mundial.
- 2) Efectos del bloqueo de Estados Unidos contra Cuba.
- 3) Efectos del cambio climático y los desastres naturales.
- 4) Poco apoyo del gobierno municipal a los emprendimientos particulares.
- 5) Desarrollo del turismo de naturaleza en la cayería norte de la provincia.
- 6) Inconsistencia de los proveedores.

Oportunidades

- 1) Implementación del Programa de Iniciativa Municipal de Desarrollo Local.
- 2) Existencia de recursos naturales como: yacimientos minerales con buenas capacidades de reservas, abundancia de aguas subterráneas con buena calidad del agua y áreas protegidas propuestas a declarar como biocentros y micro embalses.
- 3) Existencia cercana del polo turístico Cayería Norte de Villa Clara.
- 4) Desarrollo de la zona rural montañosa a partir del Plan Turquino Bamburanao.
- 5) Voluntad política del país para el desarrollo de las distintas formas de turismo particular.
- 6) Existencia de una demanda insatisfecha en el mercado turístico territorial.

Una vez examinadas las principales fortalezas, amenazas, oportunidades y debilidades, procede el análisis de las mismas con el fin conocer cuáles de estas tienen mayor impacto sobre el producto, el problema principal que se enfrentará con el diseño del nuevo producto y las estrategias para utilizar a su favor las oportunidades del medio y las fortalezas de la finca, para enfrentar las amenazas y superar las debilidades. Para esto

se utilizó la Matriz DAFO de Impacto Cruzado, la cual es considerada una técnica o herramienta de gran importancia para la propuesta nuevos productos y destinos, al posibilitar un estudio detallado de todos los elementos que pueden influir positiva o negativamente en los productos a desarrollar. (*Anexo 19*)

Los valores que se le asignaron a las relaciones dentro de Matriz DAFO se ordenaron de la manera siguiente: Máxima relación: 3; relación media: 2; mínima relación: 1; Ninguna relación: 0. A partir de esta valoración se realizaron los cálculos y el cruzamiento de las variables, dando como resultado que las Fortalezas de mayor impacto sobre el producto son estar ubicada en un municipio seleccionado para el Programa de Desarrollo Integral, la voluntad personal de la propietaria para desarrollar el producto, la concentración de recursos turísticos que posibilitan la realización del turismo rural y la respuesta positiva de la comunidad receptora, en ese orden. Por otro lado las Debilidades más representativas son que el producto turístico no está diseñado, no posee una política de precios adecuada y el personal carece de capacitación en servicios y gestión turística.

Entre las Oportunidades más aprovechables está la implementación del Programa de Iniciativa Municipal de Desarrollo Local, la voluntad política del país para el desarrollo de las distintas formas de turismo particular, la existencia de una demanda insatisfecha en el mercado turístico territorial y la cercanía del polo turístico Cayería Norte de Villa Clara. Sin embargo las Amenazas a afrontar más representativas son los efectos del bloqueo de Estados Unidos contra Cuba, el desarrollo del turismo de naturaleza en la cayería norte de la provincia, que aunque anteriormente se ilustraba como una oportunidad podría a su vez convertirse en amenaza, porque sería un producto muy competitivo en la zona; y el poco apoyo del gobierno municipal a los emprendimientos particulares.

Posteriormente se analizaron los resultados por cuadrantes arrojados por la Matriz de Impacto Cruzado (*Anexo 20*), lo cual se realizó a partir de la suma algebraica de los impactos, lo que posibilita determinar la posición de la finca objeto de estudio dentro de la Matriz DAFO (ofensiva, defensiva, adaptativa y supervivencia). El cuadrante de mayor impacto fue el de las relaciones Fortalezas-Oportunidades (74), estableciendo una posición ofensiva, lo que permite el uso de las fortalezas de mayor impacto para aprovechar al máximo las oportunidades, minimizar las amenazas y eliminar las

debilidades, siendo de estas últimas la de mayor peso y el problema fundamental de la entidad que el producto turístico no está bien diseñado.

De este análisis se desprende el **problema estratégico general de la finca "Rancho Paraíso"**, que se sintetiza de la siguiente manera:

Si continúan los efectos del bloqueo de Estados Unidos contra Cuba, el desarrollo del turismo de naturaleza en la cayería norte de la provincia y el poco apoyo del gobierno municipal a los emprendimientos particulares, teniendo en cuenta que el producto turístico no está diseñado, no posee una política de precios adecuada y el personal carece de capacitación en servicios y gestión turística; no podrá utilizarse la ubicación de la finca en un municipio seleccionado para el Programa de Desarrollo Integral, la voluntad personal de la propietaria para desarrollar el producto, la concentración de recursos turísticos que posibilitan la realización del turismo rural y la respuesta positiva de la comunidad receptora, para aprovechar la implementación del Programa de Iniciativa Municipal de Desarrollo Local, la voluntad política del país para el desarrollo de las distintas formas de turismo particular, la existencia de una demanda insatisfecha en el mercado turístico territorial y la cercanía del polo turístico Cayería Norte de Villa Clara (ADFO).

La solución estratégica que se plantea está con el contexto en que se desenvuelve la finca, esto se debe a que las fortalezas plantadas están condicionadas por la ubicación de la finca en un municipio seleccionado para el Programa de Desarrollo Integral, sin embargo esta fortaleza no es suficiente para contrarrestar las amenazas detectadas, por lo que se necesita potenciar el rol de las Delegaciones del Mintur del territorio como asesor de esta modalidad en coordinación con otros organismos de la administración municipal de Remedios e instituciones locales asuman el papel de gestores y/o mediadores de esta modalidad. Los gobiernos locales e instituciones turísticas, fungen como mediadores y asesores de la actividad. Por lo que el diseño del producto turístico Finca "Rancho Paraíso" debe contemplar la participación de todos estos actores en aras de lograr un producto exitoso y sostenible.

2.4 Conclusiones del Capítulo 2.

- 1) El poblado de Viñas ubicado en el municipio de Remedios cuenta con condiciones propicias para el desarrollo del turismo rural, dadas por los recursos naturales y culturales que presenta, la conservación del medio rural, la hospitalidad y el acogedor trato de la comunidad, así como el emprendimiento del sector estatal y no estatal de la zona para el desarrollo de esta modalidad.
- 2) El análisis del mercado realizado en el destino Villa Clara evidencia la existencia de preferencias por la práctica de actividades de turismo rural relacionadas fundamentalmente con la interacción con poblaciones campesinas autóctonas y actividades en ambientes rurales de forma activa y pasiva, aunque la mayoría concuerda que no impliquen un gran esfuerzo físico.
- 3) El inventario de recursos realizado en el municipio de Remedios permite identificar que la misma cuenta con recursos naturales, artificiales y humanos, con elevadas potencialidades para el desarrollo del Turismo Rural, sumado a la disposición de las autoridades locales y la población de implicarse de manera consciente y participativa en proyectos acordes.
- 4) Las herramientas utilizadas para la realización del diagnóstico de la finca objeto de estudio, la metodología MYPMES (Martínez y col, 2002) y la herramienta Matriz DAFO, propiciaron el entendimiento de las principales deficiencias y fortalezas de la finca, así como las amenazas y oportunidades que ofrece el medio, elementos que serán abordados y resueltos en su mayoría en el diseño de producto agroturístico finca "Rancho Paraíso".

Capítulo 3

CAPÍTULO 3: DISEÑO DEL PRODUCTO AGROTURÍSTICO FINCA "RANCHO PARAÍSO".

3.1. Introducción

El análisis de la situación externa e interna actual de la finca, permitió la determinación de los problemas y oportunidades, que presenta la zona para el desarrollo del turismo rural y que servirán de base al diseño del producto agroturístico finca "Rancho Paraíso". Por tanto este capítulo tiene como objetivo presentar el diseño de producto en la finca objeto de estudio a partir de la Metodología MEPROTUR propuesta por Funcia (2009), empleándose diferentes técnicas como el análisis documental, observación directa, entrevistas, encuestas y el trabajo en equipo.

3.2 Metodología seleccionada para el diseño de producto

La metodología MEPROTUR propuesta por Funcia (2009), para la mejora o diseño de productos turísticos y su comercialización, comprende los aspectos más importantes a tener en cuenta para la concepción de un producto turístico de naturaleza, la cual se desarrolla a través de las etapas siguientes: la primera, dirigida a determinar oportunidades y visualizar el problema a partir del conocimiento de la demanda, la oferta, los competidores y las oportunidades que genera el medio. La segunda se encarga de estructurar el producto, donde se analizan las potencialidades, el objetivo del diseño, las ideas para la conformación del mismo, el nombre, los atractivos y actividades, el mix de servicios y el equipamiento e infraestructura necesarios para su funcionamiento. La tercera corresponde al proceso de prestación: la accesibilidad, el transporte, el alojamiento, la restauración, los equipos e infraestructura de servicios y el material informativo. Una cuarta etapa comprende el precio y la viabilidad medioambiental, donde se estudian las cotizaciones, los cálculos económicos, se establece el precio y se determina si el diseño es viable para el medio ambiente. La quinta etapa se refiere a la distribución, la comunicación del producto y se analizan sus principales actores: las Agencias de Viajes, Tour operadores, internet; así como el posicionamiento del producto, las acciones promocionales y el mix comunicacional. Y por último contempla la evaluación de todas las etapas del diseño.

3.3 Resultados de la aplicación de la metodología seleccionada

Los resultados de la aplicación de la primera etapa de la metodología propuesta por Funcia (2009) fueron presentados en el segundo capítulo. Se muestra en caso los resultados obtenidos de la aplicación del resto de las etapas.

3.3.1 Segunda etapa: Estructurar el producto

Esta etapa contempla la oferta del producto turístico rural finca "Rancho Paraíso", para la satisfacción de la demanda insatisfecha del municipio de Remedios. Con este fin, se tienen en cuenta las oportunidades que ofrece el entorno, la demanda, competidores vistas en el capítulo anterior y que nos guiarán en la determinación de lo que se quiere ofrecer de acuerdo con los elementos que se desarrollan a continuación

Potencialidades

Las potencialidades que tiene la finca "Rancho Paraíso" están relacionadas con las oportunidades que ofrece el entorno donde está enclavada. Está ubicada en el poblado de Viñas a solo siete kilómetros de su cabecera municipal Remedios, la cual posee un desarrollo de la actividad turística en ascenso, fundamentalmente del turismo histórico-cultural. Remedios por su parte, está enclavado en el corredor vial que conduce a los cayos de Villa Clara que hoy constituyen el destino de mayor desarrollo turístico en la provincia en cuanto a la modalidad de sol y playa en entorno natural. A esto sumamos la existencia de una demanda insatisfecha por la poca presencia de productos turísticos de naturaleza en el municipio de Remedios.

Otro elemento a su favor es la voluntad política del municipio siguiendo las líneas de desarrollo de la provincia y el país a través del Lineamiento 264 de la Política Económica y Resolución conjunta sobre turismo de Naturaleza, Rural y Aventuras del CITMA y el Mintur en 2012, para el desarrollo del turismo rural en los asentamientos rurales del país que a su vez sirva para el desarrollo económico y social de las poblaciones residentes, así como el fomento de los negocios por cuenta propia que tributen al desarrollo de la comunidad. Siguiendo esta idea en el municipio se lleva a cabo un Programa de Iniciativa Municipal de Desarrollo Local, que integra a actores estatales y particulares con este fin. También la concentración de importantes recursos susceptibles de uso turístico en un espacio rural de medianas dimensiones y con significativo grado de conservación constituyen potencialidades para el diseño del producto.

Recursos turísticos

En Viñas existen diversos recursos turísticos naturales, culturales-patrimoniales, históricos y socioeconómicos que tributan a la realización de actividades agroturísticas y de turismo de naturaleza.

Recursos naturales:

- ✚ Río Viñas que recorre la localidad.
- ✚ Fauna y flora con valor estimable no solo por su belleza, endemismo o rareza, sino también por considerarse especies protegidas.
- ✚ La fauna pecuaria.
- ✚ Los paisajes rurales.

Recursos culturales-patrimoniales:

- ✚ La arquitectura rural.
- ✚ La cultura campesina, especialmente los guateques, fiestas y ferias campesinas, mitos y tradiciones.
- ✚ La forma de vida de la población local.
- ✚ La gastronomía local.
- ✚ Las artesanías.
- ✚ El Fuerte Tetuán, el cual tiene su trascendencia histórica en el combate del mismo nombre librado Máximo Gómez.

Recursos socioeconómicos:

- ✚ Las plantaciones de distintos cultivos.
- ✚ La finca "Rancho Paraíso".
- ✚ La CCS Heriberto Reinaldo.
- ✚ Yacimiento mineral de roca caliza.
- ✚ La Escuela Primaria.
- ✚ El campamento de Pioneros Exploradores.

Accesibilidad

El poblado es accesible por carretera, dentro del mismo, la finca se encuentra ubicada en la calle principal, las calles que conducen de Remedios al poblado y las que se encuentran dentro de Viñas presentan buen estado constructivo así como la señalética del tránsito.

Autenticidad

El paisaje de este poblado tiene elementos que lo hacen auténtico, y es que las características geomorfológicas que presenta hacen de este un lugar hermoso, su relieve predominantemente llano con pequeñas elevaciones, disminuyen el peligro para la realización de actividades en los diferentes escenarios rurales a la vez que facilita las actividades agrícolas, posee ríos de gran belleza, manantiales y caídas de agua que a pesar de no tener gran elevación son un ejemplo de belleza natural, la variedad de plantas y rocas con valor geológico como la dolomita, la mica, la piedra caliza, entre otras y la particularidad de tener suelos altamente productivos en una formación geológica que se presume estuvo alguna vez en el proceso de formación geológica de la isla de Cuba bajo el mar por la presencia en casi todo el territorio de rocas ígneas conocidas comúnmente como diente de perro. Desde sus elevaciones se puede observar el mar de la costa norte de Villa Clara lo que hace de este paisaje un escenario impresionante. Además la vida de la población rural aunque modesta como la mayoría de las poblaciones rurales, desmiente la imagen de pobreza extrema que se tiene en el exterior del país de las poblaciones que habitan en el campo y viven de este; además demuestra como el trabajo de los campesinos cubanos agrupados en cooperativas, de manera independientes o en otras formas de organización y gestión, trabajan en aras de su desarrollo como individuos, empresa y país y su compromiso con la revolución cubana en la cual juegan un papel fundamental.

Posibilidad de realización de actividades complementarias

Además de las actividades propias del agroturismo, existe la posibilidad de realización de actividades de complementarias: observación de flora y fauna, cabalgatas, baño en los ríos, caminatas y visita a sitios históricos como el Fuerte Tetuán. También este territorio tiene la ventaja competitiva de poder realizar actividades multimodalidad por la cercanía de Remedios como polo importante de turismo histórico patrimonial y los cayos de Villa Clara caracterizado por brindar ofertas de sol y playa.

Atributos del producto finca "Rancho Paraíso"

- ✚ Espacio natural rural de singular belleza y concentración de recursos propicio para las actividades de la modalidad de turismo rural, específicamente el turismo agrario.
- ✚ Gran diversidad de la flora y la fauna, con alto grado de endemismo.

- ✚ Lugares naturales propicios para la práctica de diferentes modalidades de naturaleza como el senderismo, la cabalgata, entre otras.
- ✚ Visuales paisajísticas rurales de valor estimable.
- ✚ Atractivos naturales e históricos culturales cercanos.

Cuantificación

La fauna del poblado de Viñas está caracterizada por ser fundamentalmente antropoxina, dentro de las especies más notables encontramos a las hormigas: especies del subgénero *Macromidia* (*Leptothanax*); los arácnidos, destacándose el *Paraphrynus veridiceps*; los moluscos terrestres: Clase *Gastropodos* (*Hojidugraciles*). Además de especies que son endémicas de Cuba, lo cual sugiere su estricta protección como es el caso de la Perdiz (*Perdix perdix*), conocida como codorniz, que actualmente es muy escasa en Cuba al igual que la Lagartija de cola ancha (*Microlophus peruvianus*). Existen también un grupo importante de aves, se destacan la *Ferminia cerverai* o ferminia pertenece a la familia Troglodytidae del orden Passeriformes, es una de las aves de más bello canto y la *Tiaris canorus*, tomeguín del pinar o senserenico perteneciente a la familia Emberizidae del orden Passeriformes, ambas especies de aves endémicas de Cuba. A estos se le suman los animales de la actividad pecuaria del poblado como vacas, cerdos, chivos, carneros, caballos, conejos, gallinas, pavos y abejas. También tienen lugar otras especies que se presentan en el Anexo 20.

De igual forma el territorio posee una riqueza forestal destacándose las plantaciones de Pino Macho (*Pinus caribaea*) y otros pinos (*Pinus ayacahuite*), (*Pinus sylvestris*) y (*Pinus resinosa*), el Eucalipto (*Eucalyptus*) y en los bosques naturales predominan las especies de Guásimas (*Guazuma ulmifolia*), Algarrobos (*Hymenaea courbaril*), Cedros (*Cedrus*), Palma Real (*Roystonea regia*), Almácigo (*Bursera simaruba*), Framboyán (*Delonix regia*), Tecas (*tectona grandis*), Casuarina (*Casuarina equisetifolia*), Ceiba (*Ceiba speciosa*), Majaguas (*Hibiscus elatus*); a estos se le suman otros representados en el Anexo 21 y otras hortalizas, viandas, frutales, raíces y tubérculos propios de la agricultura del territorio de Viñas.

Geomorfología

Los suelos de Viñas se caracterizan por ser suelos pardos sin carbonatos, son considerados muy fértiles, con buen drenaje y ligera plasticidad. Su hidrografía se

caracteriza por la abundancia en aguas subterráneas y fuentes superficiales de poco interés, pues la mayoría de los ríos y arroyos que surcan el territorio son de cauces intermitentes, restringidos al periodo lluvioso y a la rápida infiltración. Además en el poblado existe un yacimiento importante de roca caliza.

Macro y micro paisaje

Los paisajes de Viñas están caracterizado por la vida rural y los entornos naturales que existen como parte fundamental de la vida de sus moradores, donde tiene especial atención los riachuelos, los suelos alomados, los sembrados dispuestos de forma armónica, los lugares de pastoreo, los centros pecuarios, la flora y la fauna y las vistas del mar desde las ondulaciones del terreno más elevadas; lo que induce a la relajación, el encuentro consigo mismo, la tranquilidad, la apreciación de la paz de una vida lejos de las grandes urbes citadinas.

Clima

El clima del municipio es del subtipo de llanuras y alturas con humedecimiento estacional relativamente estable, alta evaporación y elevadas temperaturas. La temperatura promedio anual es de 24.4°C, la humedad relativa promedio es del 82%. El período seco corresponde a los meses de noviembre a abril, el período húmedo abarca los meses de mayo a octubre.

Accesibilidad y acondicionamiento

La finca es de fácil acceso, está ubicada en la carretera que va desde Remedios hasta el Consejo Popular Heriberto Duquesne, la cual se encuentra en buen estado constructivo, no presenta secciones peligrosas de carretera como curvas cerradas, paso constante de animales o presencia de niños en la vía, y se encuentra a siete kilómetros del municipio de Remedios. El transporte utilizado para llegar contempla todos los vehículos automotrices de traslado terrestre y los vehículos de tracción animal.

Condiciones del entorno

Las condiciones del entorno son propicias para el desarrollo del producto agroturístico a diseñar, debido a la calidad de la vistas rurales y naturales, la variedad de actividades agroturísticas a realizar por la presencia de sembradíos de gran variedad, ya sean frutales, hortalizas, viandas, cereales, caña de azúcar, árboles maderables, plantas medicinales, flores, entre otras; la ganadería, la industria porcina, la avicultura, el ganado caprino, la cunicultura, la apicultura y la industria manufacturera local. Tiene buenas

condiciones de flora y fauna por el endemismo de las mismas y la escasa presencia de animales venenosos y mortales, así como bellos paisajes naturales matizados por ríos y caídas de agua. El antropismo presente en el entorno es típico de lo rural, caracterizado por casas y fincas con diseños y arquitectura propio de la ruralidad cubana ya sean de madera o cemento, presencia de las infraestructuras para el desarrollo de la agricultura y la ganadería y entidades que brindan servicios básicos en el poblado como la bodega, el círculo social, el consultorio médico, la escuela, así como edificios de valor histórico como el Fuerte Tetuán. El medioambiente no tiene afectaciones significativas de los fenómenos atmosféricos y las actividades agrícolas son sometidas al constante cuidado y preservación del medioambiente, ya sea por la eliminación sostenible de los desechos derivados de estas actividades, el uso racional del suelo, del agua y de fertilizantes que no dañan el medioambiente. Por otro lado la población es abierta, caracterizada por la sencillez, hospitalidad y honestidad, además de su arraigado amor por la tierra, sus costumbres y tradiciones.

Necesidad de acondicionamiento

La finca requiere atención cultural de los sembrados y los cercados que rodean la finca así como a los interiores, acondicionar el espacio dedicado a la creación de compós y la creación de uno para la lombricultura. Se necesita eliminar o sustituir elementos que no concuerdan con el ambiente rural (casetas de hierro, techos de aluminio, gomas en el sendero) y la señalización de los espacios y árboles del entorno para que sea del conocimiento del visitante así como la señalética de peligro en el caso de plantas venenosas como el guao.

Valoración cualitativa

Para la valoración cualitativa de estos recursos se aplicó un instrumento a 12 especialistas conocedores del lugar y de la actividad turística (*Anexo 22*) orientadas a evaluar la singularidad, atractivo y estado de conservación como indicadores cualitativos y el paisaje, la flora y fauna como indicadores globales de evaluación, así como los comentarios esenciales que sobre los recursos se tenían. Se aplicó la escala de Likert para determinar en una escala del 1 al 5 los valores de las mismos, lo que representa que 5 es una valoración de muy bien, 4 corresponde a una de bien, 3 los evalúa de regular, 2 de mal o poco y 1 de muy mal o inexistencia. Los resultados de algunos recursos se muestran a continuación:

Tabla1: Evaluaciones de algunos recursos turísticos.

Recursos	Evaluación																			
	Producciones agrícolas					Actividades pecuarias					Cultura campesina					Gastronomía local				
	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1	5	4	3	2	1
Aspectos																				
Singularidad	2	9	1					10	2		5	7				8	4			
Atractivo	8	4				10	5				10	2				9	3			
Conservación	10	2				9	3				7	4	1			4	7	1		
Reconocimiento			5	7				7	5		11	1				9	3			
Paisaje		10	2			4	6	2			9	3				5	5	2		
Flora	4	8						4	8							12				12
Fauna	5	7				3	8	1								12				12

La mayoría de los encuestados valoran los recursos entre 4 y 5 puntos, lo que confirma que los recursos turísticos del poblado de Viñas y los de la finca "Rancho Paraíso" son singulares y se encuentran buen estado de conservación que hacen de los mismos atractivos y notorios, capaces de generar flujos turísticos tanto nacionales como internacionales.

En cuanto a la valoración global de los recursos sucede similar al caso anterior, la mayoría los valoran entre 4 y 5 el paisaje. En cuanto a la flora y fauna en algunas ocasiones son evaluadas de 1 por ser recursos que no contemplan alguno de los criterios evaluativos (el caso de la cultura campesina), por otra parte estos no tiene altas evaluaciones en todos los recursos estos criterios por ser el espacio evaluado dedicado a la actividad agropecuaria, lo que hace que las especies de flora y fauna estén concentradas en diferentes lugares y se prioricen aquellas que responden a estas actividades socioeconómicas.

Grado de aprovechamiento

En estos momentos los recursos no tiene un buen aprovechamiento desde el punto de vista turístico, solo se utiliza por los pobladores de la zona y algunos grupos aislados de turistas.

Potencialidad

Se valoran como potenciales los recursos con los que cuenta el área y las posibilidades de desarrollo desde el punto de vista turístico. Posee fortalezas tales como ser un recurso singular y bellos, con bajo grado de aprovechamiento turístico, que refleja de manera natural la vida en el campo de Cuba, con amplias posibilidades de aceptación por los clientes.

Prioridades

Se consideran prioridades para la puesta en uso turístico de los recursos las siguientes:

- ✚ La señalización y delimitación de senderos, así como toda la señalética de la flora, de las instituciones agropecuarias de la zona y los desniveles y obstáculos del sendero.
- ✚ Establecer las medidas de corrección y protección para la conservación del medio y evitar los elementos contaminantes.
- ✚ La capacitación de la dueña en gestión de entidades turísticas y los recursos humanos que laboran en la finca y la contratación de personal competente para asistir las diferentes actividades del producto.

Objetivo

Diseñar el producto agroturístico finca "Rancho Paraíso" para cumplir las demandas insatisfechas de los turistas que visitan Remedios, de forma tal que contemple las necesidades de este grupo con respecto al turismo rural agrario y que constituya una vía de desarrollo local para la comunidad residente. A partir de este objetivo se desarrollan las ideas de producto que se detallan a continuación.

Ideas de Productos

A partir de la determinación de las necesidades y demandas insatisfechas de los turistas que visitan el municipio de Remedios y sobre la base de las potencialidades del territorio para el desarrollo del turismo rural, dadas por sus atractivos, el equipo de investigación con la autora al frente, realizó una tormenta de ideas, se listaron ocho opiniones, las que fueron depuradas hasta llegar por consenso a la idea de producto que se describe a continuación.

Nombre del Producto

Finca "Rancho Paraíso" experiencia única para los amantes del turismo rural de disfrutar de la vida en los campos de Cuba, de sus paisajes, cultura y tradiciones a través de la realización de actividades agropecuarias como principal atracción y otras complementarias, cabalgatas, senderismo, baños en el río, en compañía de un servicio personalizado que se caracteriza por la hospitalidad, el respeto y el cariño de la población rural.

Atractivos y Actividades

Los recursos identificados anteriormente, después de su evaluación, resultaron ser atractivos para captar flujos de turistas interesados en la modalidad de turismo rural y en especial el turismo agrario. A continuación se detallan las actividades turísticas a realizar.

La salida desde la ciudad de Remedios se programa para las 8:30 am, la finca posee coches coloniales para el traslado, pero los visitantes pueden llegar a ella en bus, en taxi u otro tipo de vehículo. Una vez en la finca son recibidos por sus moradores en el área de recepción (donde estarán exhibidas las artesanías, fotos de los paisajes de la zona, fotos familiares y otros detalles de interés relacionados con el campo cubano), se les da la bienvenida y se ofrece un café criollo o un otra bebida al estilo campesino, se sugiere limonada o jugo de frutas naturales recolectadas en el lugar. El traslado dentro de la finca y el poblado será en coches a caballo o a pié. Después de la bienvenida, se le ofrece al cliente la realización las diferentes actividades agroturísticas que se muestran a continuación.

Actividades agrícolas.

- ✚ Recorrido por las plantaciones con un guía local quien les dará toda la información sobre los mismos (café, caña, piña, aguacate, y otros de acuerdo a la estación).
- ✚ Recolección de cultivos.
- ✚ Siembra de cultivos varios.
- ✚ Producción y manejo del compós y la lombricultura.
- ✚ Atención cultural de los sembrados y plantas.
- ✚ Recolección frutas.

Actividades pecuarias.

- ✚ Ordeño de vacas.
- ✚ Alimentar los animales.
- ✚ Observar y participar en el curado de los animales enfermos.
- ✚ Realizar despuntes de tarros y marcar los terneros (al año de nacido cuando el animal es añojo o becerro).
- ✚ Asistir partos de vacas.
- ✚ Participar en la producción de biogás con estiércol animal.
- ✚ Recoger el ganado o los rebaños.
- ✚ Visita a la CCS Heriberto Reinaldo.

Actividades de turismo gastronómico

- ✚ Aprender y participar en la confección de platos tradicionales para las sesiones de merienda, almuerzo y cena (caldosas, dulces, potajes y otros).
- ✚ Procesamiento de alimentos a partir de instrumentos rústicos y tradicionales (molino de café y coladera campesina, molino de caña para hacer guarapo, rotadores u otros instrumentos para el corte de frutas) y disfrute del producto final.

Actividades culturales

- ✚ Apreciación de la arquitectura y la vida rural.
- ✚ Recorridos históricos hacia el fuerte Tetuán
- ✚ Disfrute de fiestas campesinas amenizadas con música y bailes campesinos propiciados por artistas aficionados de la zona.

Actividades naturales

- ✚ Disfrute de baños en el río Viñas.
- ✚ Cabalgatas.
- ✚ Apreciación de la flora y la fauna.
- ✚ Visita al Yacimiento de roca caliza.
- ✚ Picnic

El regreso hacia la ciudad de Remedios es a las 7:00 pm.

Mix de Servicios

Servicios Principales: Actividades agropecuarias como: siembra, atención cultural a las plantaciones, recolección y cosecha, cuidado de animales de cría, ordeño de vacas y chivas y otros, opcionalmente se ofrece visita a sitios históricos, senderismo, cabalgatas, baños en el río, confección de comidas caseras y procesamiento de alimentos, observación de la arquitectura, la flora y la fauna del lugar.

Servicios Secundarios: Servicio de guía local, servicios de trasportación y de restauración.

Equipamientos e Infraestructuras

La infraestructura y los equipos necesarios para las diferentes actividades y servicios ya está creada, por tanto es necesario el equipamiento para las actividades agropecuarias (machetes, guatacas, rastrillos y otros) así como la vestimenta adecuada (botas de agua, sombreros de yarey, camisas de mangas largas y pantalones).

Control: Al final de la segunda etapa se acude a los especialistas y se le aplica el cuestionario propuesto por la metodología, donde se miden siete variables: Pertinencia, Competitividad, Sostenibilidad, Evaluación de los atractivos, Evaluación de las actividades, Evaluación de los servicios y equipos e infraestructuras. Las mismas fueron procesadas mediante el estadígrafo SPSS versión 20 obteniéndose resultados satisfactorios. (*Anexo 23*)

3.3.2 Tercera etapa: Proceso de prestación.

Accesos y Transporte

La finca es accesible la carretera que se dirige desde Remedios hasta el Consejo Popular Heriberto Duquesne, la cual se encuentra en buen estado. Para la trasportación se utilizan varios medios terrestres, tanto en los trayectos desde y hacia Remedios como en los recorridos en el poblado de Viñas. Estos pueden realizarse en coches de caballo (propiedad de la finca), los cuales tienen una capacidad para 6 personas, con asientos tapizados, barandas y puertecilla de seguridad, techo de madera, luz en el interior del carruaje, amortiguadores en las ruedas y barra de separación de carruaje al caballo en caso de que se desboque, además estos coches cumplirán con los requisitos técnicos para el transporte de pasajeros evaluados por la Policía Nacional Revolucionaria. Por su

parte los caballos (alquilados por la finca en su mayoría) se requiere que sean sanos y mansos, inspeccionados periódicamente por un veterinario y que las monturas estén en buen estado y sean ensilladas por un profesional, al mismo tiempo será prohibida la monta a personas que no estén experimentadas en estas cuestiones. Se puede acceder además en autobuses pequeños y en taxis estatales y particulares, los cuales cuentan con un confort superior a los medios anteriores y estarán actualizados en cuanto a su inspección técnica, contando con las medidas de seguridad requeridos para esta actividad. La salida será desde el parque San Juan de Dios de la ciudad de Remedios a las 8:30 am y el regreso y el regreso concluirá en el mismo punto a las 7:30 pm. Los clientes que no estén alojados en Remedios se trasladarán hacia el mismo en medios de transporte ofrecidos por Transtur, Transgaviota, Viazul u otra agencia transportista contratados previamente con las Agencias de Viaje así como en taxis de Cubataxi u otro perteneciente al sector no estatal.

Alojamiento

El alojamiento no será contemplado en este diseño, por no contar la finca con la infraestructura necesaria. Se prevé en una segunda fase de desarrollo del producto.

Restauración

La restauración corren a cargo de la anfitriona de la finca y su ayudante, los cuales llevarán a cabo el servicio de alimentos y bebidas en el ranchón preparado para este fin y en el bar que se encuentra próximo al mismo. El ranchón tiene una capacidad para 16 comensales y está decorado con flores, plantas ornamentales y rodeado por árboles frutales de mamey, mango y anón, el mobiliario responde al ambiente campesino conformado por mesas de madera y taburetes hechos de madera y piel de chivo al igual que las banquetas del bar. Este se encuentra a un costado de la casa, cercano a la entrada. Los servicios dados en este local son: jugos o café de bienvenida a la llegada del grupo de turistas sobre las 9:10 am, luego refrigerio en el receso del trabajo (esta puede o no darse en el ranchón) a las 10:45 am, almuerzo a las 12:00 m, y cena (con fiesta campesina) a las 6:00pm, en estos los habitantes de casa almuerzan y cenan junto a los visitantes y el servicio es a la campesina o española, servido por la anfitriona. Se tendrá en cuenta las características gastronómicas y de salud de cada cliente. El menú

varía en dependencia de los suministros existentes en la finca y de las temporadas y estará conformado de la siguiente manera:

Entrantes:

- ✚ Sopas (sopa de pollo, sopa de vegetales con arroz, guiso de maíz con carne de cerdo o sus derivados, ajiaco)
- ✚ Potajes (potajes de frijol negro, colorado, blanco, garbanzos, chícharos)
- ✚ Ensaladas (Ensalada mixta de vegetales, ensalada de la estación).

Guarniciones

- ✚ Arroces (blanco, moro, congrí, amarillo)
- ✚ Vianda frita (tostones, chicharritas de plátano o malanga, papas fritas, boniato frito)
- ✚ Vianda hervida (plátano, papa, boniato, malanga, yuca con mojo, puré de papas)

Platos principales

- ✚ Con pollo (pollo frito, fricasé, asado en cazuela, empanizado)
- ✚ Con cerdo (asado en carbón, asado en cazuela, guisado, fricasé, bistec)
- ✚ Chilindrón de chivo o carnero.

Postres

- ✚ De leche (dulce de leche, arroz con leche, natillas, torrijas)
- ✚ De viandas (boniatillo, mala rabia, buñuelos)
- ✚ De frutas (mermeladas de frutas con queso, dulce de fruta bomba, de coco rallado, de mamey colorado, cascos de guayaba, de toronja)

Equipos e Infraestructuras

La finca para un mejor diseño de la misma se ha dividido en cuatro zonas: parqueo, recepción, restauración y actividades agrícolas. En la zona de parqueos ya la infraestructura está creada, cuenta con un espacio con capacidad para 6 vehículos y dentro de la finca tiene un área para colocar los caballos con su barra para amarrarlos. Se necesita un espacio de aparcamiento para impedidos físicos señalizada.

La zona de Recepción también está creada y se encuentra en buenas condiciones para esta función, se ubica a la entrada de la finca, cuenta con un mobiliario simple típico de lo rural. Para un mejor acondicionamiento del área necesita de más elementos decorativos que hagan alusión al poblado y a la familia que ahí vive, por otro lado es necesario tomar una parte de esta área para la exposición y venta de artesanías

confeccionadas por artistas locales, y una vez que la finca alcance un desarrollo significativo, colocar una computadora de manera que optimice el tiempo de trabajo, recepcione los recorridos a la finca y ayude con los procesos económicos y comerciales.

La zona de restauración al igual que las anteriores tiene su infraestructura creada y dentro de esta se ubican los baños con las condiciones apropiadas para su uso.

Por último la zona de actividades turísticas en la finca tiene creada su infraestructura para el desarrollo de las mismas, sin embargo esta necesita de atención cultural. A continuación se presenta para cada una de las actividades la presencia de infraestructura y equipamientos necesarios para la realización de las mismas.

Tabla 2: Infraestructura y equipamiento según actividades agroturísticas.

Actividades	Infraestructura	Equipamiento	Existencia
Actividades agropecuarias	Creada. Necesita atención cultural	Cestas de recolección.	No
		Vestimenta adecuada para trabajo en el campo	Muy poca, se solicita que los clientes lleven.
		Machetes	Si
		Guatacas	Si
		Palas	Si
		Rastrillos	Si
Actividades de agroturismo gastronómico	Creada, precisa organización	Utensilios de cocina	Si
		Molino de caña pequeño	En reparación.
		Molinillo de café y coladera tradicional	Si
Actividades culturales	Infraestructura creada, espacio para presentaciones musicales y danzarias	El equipamiento pertenece a los músicos	Alquilado
Actividades naturales	Infraestructura creada, caminos. El área de picnic (palmar de la finca) necesita atención cultural	Cestas de picnic	Pocas
		Caballos	Alquilados
		Coches de caballos	Si

Material informativo

El material informativo estará dado por brochurs que contendrán mapas del poblado, lugares de referencias para la ubicación del turista, información general del poblado de Viñas, los horarios de los diferentes servicios y actividades, las medidas de seguridad, las plantas y animales venenosos o que puedan desencadenar reacciones alérgicas. De igual manera toda esta información será dominada por el personal de contacto, quien irá guiando los horarios y actividades.

Control: Al finalizar la tercera etapa los especialistas miden cuatro variables: Factibilidad, Carácter diferenciador, Orden cronológico de los aspectos y Personal necesario. Las mismas fueron procesadas mediante el sistema estadístico SPSS, se obtienen resultados satisfactorios. (*Anexo 24*)

3.3.3 Cuarta etapa: Precio - viabilidad medio ambiental.

Cotizaciones

Para realizar los cálculos económicos, se identifican los costos de las actividades y servicios previstos en el producto turístico, los que se muestran a continuación:

Tabla 3: Costos por actividades y servicios de la finca.

Concepto	Costo
Actividades agropecuarias en la finca	72.00 cuc
Transporte	36.00 cuc
Restauración	90.00 cuc
Recursos Humanos	65.00 cuc
Agencias de Viaje	65.75 cuc
Total	328.75 cuc

Cálculo Económico

El análisis por partidas de los costos totales del producto turístico rural finca "Rancho Paraíso" y su relación con un número de 12 pax como mínimos, permite establecer la propuesta de los siguientes precios de costos por clientes como sigue: adultos 27.39 cuc y por niños 20.39 cuc.

Establecer Precio

Tabla 4: Precio de venta propuesto para el producto finca "Rancho Paraíso".

Categoría	Niños	Adultos	Sin Cena	Niños	Adultos
Alto	27.00 cuc	36.00 cuc		25.00 cuc	32.00 cuc
Medio	25.00 cuc	33.00 cuc		23.00 cuc	29.00 cuc
Bajo	22.00 cuc	30.00 cuc		20.00 cuc	26.00 cuc

Viabilidad económica

Para el cálculo de la factibilidad económica se establecieron los siguientes supuestos:

- + Se organizan viajes durante todo el año, al menos uno por semana.
- + Se reciben como media 12 pax por semana.
- + Se gasta por pax adultos 27.39 cuc y por niños 20.39 cuc, para un total de alrededor de 274 y 204 cuc por semana respectivamente, y se ingresa como media en ese mismo tiempo alrededor de 50 cuc, lo que implica ingresos anuales en el orden de los 2640 CUC.

Considerando estos supuestos se calcula el índice de rentabilidad (IR) cuya fórmula es:

$$IR = \frac{VA}{I_0} \quad IR = \frac{2640}{377} = 7.01$$

Donde VA es el valor actual de la entrada prevista en el futuro.

I₀ es la inversión inicial.

Este cálculo dio un resultado positivo mayor que cero.

Si consideramos que $IR > 1 = VAN$ positivo, entonces se puede decir que el producto genera más efectivo del que necesita para reembolsar sus deudas y alcanzar la fase de rendimiento.

Por otro lado se calculó también el Punto de Equilibrio (PE) es el momento en que se produce un equilibrio entre los ingresos y los costos totales. Su fórmula es: Punto de Equilibrio en Unidades (PE) =

$$PE = \frac{\text{Costos Fijos}}{PV/u - CV/u} \quad PE = \frac{256,75}{25.8} = 9.95$$

Donde PV/u es el Precio de Venta por Unidad y CV/u es el Costo Variable por Unidad.

El resultado de este cálculo arrojó que a partir de los 10 clientes que consuman el producto se comenzarán a tener beneficios.

Viabilidad medioambiental

En cuanto a la viabilidad medioambiental se considera que el producto es viable, ya que no se utilizan en el mismo sustancias o procesos cuyos subproductos afecten al medio ambiente, además la agricultura se establece como una actividad sustentable por el uso del compós (materia vegetal y animal de desecho que se reutiliza como abono), lo que contribuye a la limpieza de los sembrados, el reciclaje de materia vegetal y el uso de abonos orgánicos, así mismo sucede con la lombricultura, una práctica sustentable que produce fertilizantes orgánicos a partir del humus producido por las lombrices, lo que evita la desnutrición de los suelos, además el uso del biogás en la cocina de la finca para la producción de alimentos. Todo esto unido a las buenas prácticas de la actividad turística en entornos naturales como no arrojar basura, evitar tomar especies de la flora y la fauna como suvenir y el uso de detergentes y otros productos de limpieza biodegradables hacen que tanto las actividades agropecuarias que se realizan en la finca como el agroturismo que se realiza en la misma sean sostenibles en el tiempo. Para este producto se turístico se realizó el estudio de la capacidad de carga, sin embargo es importante tener presente el monitoreo dinámico de los impactos reales que como resultado de la operación turística, vayan teniendo lugar en el escenario, y sobre esa base poder adoptar a tiempo acciones regulatorias. En el caso del producto agroturístico finca "Rancho Paraíso", la capacidad de acogida se determinó a partir del análisis de variables cualitativas y cuantitativas, las primeras referidas al medio ambiente, donde se analizan características del paisaje, dimensiones del área y espacio utilizable, topográfica, características de la flora y fauna, sensibilidad conductual de ciertos animales a las visitas humanas. En cuanto al paisaje y las dimensiones del área están dadas por ser espacios dedicados a la actividad agrícola y pecuaria, con una dimensión de 3 ha, con un relieve llano característico de estas actividades, la fauna de estos espacios son animales de corral y dedicados a la producción pecuaria de carne, leche y huevos y están acostumbrados a la presencia y manejo de los mismos por los humanos. Entre los aspectos sociales a evaluar están pauta y oportunidades de observación, opinión de los visitantes, edad y procedencia de los turistas y disponibilidad de instalaciones. En el caso de este producto los elementos relacionados con la observación son necesarios pero insuficientes debido a que en las actividades del agroturismo el turista no solo observa, sino que participa, por lo que la participación es

un factor a considerar, en este caso tanto una como otra tienen buenas oportunidades dadas por las características de los terrenos y por los accesos al trabajo en el mismo, en cuanto a los visitantes se caracterizan por ser respetuosos del medio ambiente, los cuales gustan de disfrutar de actividades en espacios rurales, las instalaciones para el desarrollo de las mismas están creadas. En relación al manejo y gestión de los sembrados y áreas de tratamiento con los animales, la función para la que fueron concedidos no se divorcia de su nueva función turística, debido a que ambas tienen como eje central la agricultura.

Por otro lado para el cálculo de la capacidad de carga para espacios agroturísticos no existe una fórmula definida en la bibliografía consultada, por lo que se adopta la fórmula propuesta por Boullon, R. C. (1985), la que propone calcular la capacidad de acogida turística de una zona determinada de la manera siguiente:

$$\text{Capacidad de acogida} = \frac{\text{superficie utilizada por los turistas}}{\text{Promedio individual}}$$

Para después calcular el número total de visitas diarias.

$$\text{Total de visitas diarias} = \text{Capacidad de acogida} \times \text{coeficiente de rotación}$$

Dónde: el coeficiente de rotación = al número de horas diarias de apertura a los turistas dividido por el tiempo medio de la visita.

Después de realizarse el cálculo correspondiente, la capacidad de carga física de la finca es de 7000 personas, sin embargo, la capacidad de carga real para este producto comprende el análisis de todos de cada uno de los caminos por los que circulen las personas, por lo que para los senderos naturales y aquellos que recorren el poblado se ha establecido un máximo de 15 personas por guía manteniendo una analogía con lo establecido en la Norma Cubana sobre Capacidad de Carga para los senderos de observación de aves.

Sin embargo este producto está conformado para que el cliente escoja la actividad turística a realizar en los diferentes medios de la finca y el poblado, por lo que se considera poco probable que todos estén juntos en una misma actividad, en vista de estos, se determina que la capacidad de carga máxima es de 20 personas.

Es factible socialmente, por la creación de empleo, contratación y capacitación del personal, su influencia positiva sobre productos y servicios producidos en el territorio y además es una fuente de ingreso adicional a la balanza de pago del país.

En cuanto al desarrollo local, el producto diseñado contribuye con el mismo debido a que se establece que los recursos humanos con que cuente el mismo sean personas de la localidad, quienes se beneficiarán del turismo para incrementar su renta personal. Así mismo se priorizan la compra de alimentos, alquiler de insumos y caballos los proveedores de la zona, de manera que fomente el desarrollo de otras actividades y sectores económicos de la localidad y contribuya a la proliferación de otros productos y servicios.

Por otro lado, la utilización de los recursos endógenos del poblado de Viñas y su adecuación para uso turístico, representan una iniciativa acorde al Programa de Desarrollo Local que se lleva a cabo en el municipio, lo que representa además una fortaleza en este sentido.

Otro elemento que tributa al desarrollo local son los programas educativos ambientales que la propietaria de la finca llevan a cabo en la misma con los niños y jóvenes de la comunidad dirigidos a la higienización de los senderos, cuidado de áreas naturales, siembra de productos agrícolas y árboles como símbolo de la relación entre el hombre y la naturaleza, son de gran importancia y se recomienda su continuidad y desarrollo porque funcionan como orientadores de las futuras generaciones hacia el cuidado y respeto del medioambiente y de la cultura rural.

Control: Al concluir la cuarta etapa se consulta a los especialistas y se miden cuatro variables: Generación de utilidades, compensación de inversiones, afectación al medio ambiente y relación calidad - precio. Las mismas fueron procesadas mediante el sistema estadístico SPSS y se obtienen resultados satisfactorios. (*Anexo 25*)

3.3.4 Quinta etapa: Distribución - comunicación.

La distribución del producto turístico rural finca "Rancho Paraíso" se distribuirá fundamentalmente a través de Agencias de Viajes que tiene contrato con la finca y a través de internet.

Agencias de Viajes

Las agencias de Viaje que comercializarán el producto son las que hoy tienen contrato con la finca como Havanatur, Cubatur, Viajes Cubanacán, Ecotur y Gaviotatur, sin embargo su aporte a la distribución de su producto era bajo. Este nuevo diseño es más factible desde el punto de vista organizativo y de satisfacción del cliente para las mismas, por lo que se hace necesario reevaluar las estrategias de distribución y comercialización de las mismas hacia la finca, teniendo en cuenta la imagen que se desea ofrecer y las líneas de comunicación establecidas por esta, lo que contribuye de manera creciente a la comercialización de la finca.

Internet

Esta es la ruta de distribución-comunicación que más clientes ha reportado a la finca, por lo que se considera una vía clave, en vista además de que las tecnologías de la información y las comunicaciones han redefinido la comercialización turística, por tanto se mantienen las páginas web (casaparticular.com, tryadvisor.com, cubaways.cu y en los portales twiter y Facebook) donde la finca está a disposición de los clientes potenciales de todo el mundo.

Otro elemento importante es la comunicación boca-oído, que ha sido fuente de conocimiento de este producto para los turistas que visitan Remedios, debido a que muchos hosteleros del municipio se lo han recomendado a sus clientes como parte de las ofertas que allí pueden encontrar. Es una relación de mutuo beneficio porque estos a cambio alargan un poco la estancia media de sus clientes.

Posicionamiento

El posicionamiento se trabajará a partir de una estrategia que englobe el mismo desde una perspectiva diferenciadora, realizando las características únicas de la finca y las actividades que se realizan en ella así como de la flora y fauna del lugar, además la premisa de un turismo responsable y que contribuye a la comunidad y que brinda al

cliente una experiencia única e irrepetible. También se trabajará en los elementos gráficos y psicológicos de los mensajes y los símbolos de la finca como empresa, en aras de lograr penetrar en la mente del cliente.

Acciones Promocionales

Al tomar en consideración la integralidad que se necesita en la comunicación, la autora considera necesario valorar este indicador dentro del mix comunicacional y al respecto propone las siguientes acciones estratégicas:

1. Determinar los elementos definitorios para conformar la imagen del producto, diseño del logotipo, el slogan y el color identificativo.
2. Desarrollo de una campaña publicitaria que cubra como medios fundamentalmente Internet, presentación en ferias provinciales y nacionales, a través de aplicaciones cubanas off-line para tablas y teléfonos móviles y mediante las páginas amarillas de las guías telefónicas cubanas.
3. Diseño y producción de dossiers, sueltos, mapas, y su distribución por los puntos de venta de las agencias, los hoteles y casas particulares.
4. Diseñar y producir objetos promocionales como llaveros, almanaques, objetos de artesanías de barro confeccionados por artistas locales.
5. Realizar grupos FAM con los promotores de ventas de Santa Clara y otras provincias.
6. Desarrollar una campaña de Relaciones Públicas que enfatice en las relaciones con la prensa, clientes VIP y el reconocimiento social del producto.

Control: Concluida la quinta etapa se miden cuatro variables: Existencia de imágenes necesarias, contar con canales de distribución, los canales influyen en las ventas y posicionamiento. Las mismas fueron procesadas mediante el sistema estadístico SPSS obteniéndose resultados satisfactorios. (*Anexo 26*)

3.3.5 Sexta etapa: Evaluación.

Como parte del control final del producto se realizó el Cálculo del Índice de Marketing, mediante la aplicación del Test de O'Meara a los 12 especialistas seleccionados y en el que se expusieron las variables propuestas por la metodología. Los resultados obtenidos se presentan en la siguiente tabla.

Factores	Valor absoluto	Media	Valor Ponderado
Capacidad de Mercado	0,06	8,9	0,5
Canales de distribución necesarios	0,03	9	0,3
Relación con la línea actual de productos	0,05	9,3	0,5
Relación precio -calidad	0,07	9,3	0,7
Competitividad.	0,06	8,9	0,5
Influencia sobre las ventas de los productos existentes	0,05	9,3	0,5
Vida del Producto/Actividad	0,05	9,3	0,5
Duración	0,06	9,3	0,6
Amplitud del mercado	0,07	8,9	0,6
Influencia ejercida sobre el producto por la estación y coyuntura	0,04	8,8	0,4
Exclusividad del diseño del producto	0,07	9,3	0,7
Posibilidad de Funcionamiento	0,07	9,3	0,7
Instalaciones de producción que se requiere	0,03	9	0,3
Personal y tecnologías que se requieren	0,03	9	0,3
Materias primas requeridas	0,02	9,3	0,2
Potencial de crecimiento	0,06	8,9	0,5
Posición de mercado correspondiente al producto	0,06	9,3	0,6
Entrada en el mercado	0,05	8,8	0,4
Cifra esperada de consumidores finales	0,07	9,3	0,7
	1		9,5

La escala utilizada es la propuesta por O'Meara, donde el valor numérico 10 corresponde a la evaluación muy bien, 8 a bueno, 6 a regular, 4 a malo y 2 a muy malo. El criterio de aceptación es el siguiente: Desarrollar el producto si el mismo adquiere un criterio superior a 8 puntos, analizar cuidadosamente la continuación o paralización cuando se encuentre entre 8 y 6 y, rechazar el producto si tuviera una puntuación inferior a 5.9. Al evaluar en esta tabla el producto obtuvo una puntuación de 9.5 puntos, puntuación que cae en el rango de **desarrollar el producto**.

3.4 Conclusiones del capítulo 3.

- 1) En función de los resultados del diagnóstico se concibe la propuesta de Diseño de producto rural finca agroturística "Rancho Paraíso" que ofrecerá la posibilidad de realizar actividades turísticas rurales en la finca y en diversos sitios de interés socioeconómico, natural e histórico cultural del poblado de Viñas, donde se logra conformar una oferta integrada por productos y servicios diversos, entre ellos, recorridos guiados, servicios de restauración, de transportación, venta de productos artesanales y áreas para camping.
- 2) El diseño es viable pues existe una demanda potencial y capacidad para responder adecuadamente a ella; la mayor parte de los recursos turísticos que se emplearán en el producto son propios del poblado, y las actividades en ellos no causan efectos adversos al medio ambiente, es aceptado por la población local, permite se incorpore gran parte de la población no activa laboralmente generando una fuente alternativa de ingresos.

Conclusiones

CONCLUSIONES

- 1) La investigación bibliográfica permitió profundizar en el análisis de las tendencias actuales de la actividad turística y la importancia del turismo rural como alternativa de desarrollo para las comunidades, para el uso óptimo de los recursos disponibles y garantizar un desarrollo turístico no masificado, única vía de alcanzar el éxito en el desarrollo y gestión de esta actividad.
- 2) La Metodología para la mejora y diseño de productos turísticos (MEPROTUR) posee un carácter holístico y sistémico que se concreta en la interrelación de las diferentes etapas que permiten sustentar la dirección del proceso del diseño del producto turístico de naturaleza y la propuesta de acciones para su comercialización, además de realizar varios controles como una vía de retroalimentación continua.
- 3) A partir del diagnóstico de la situación actual del entorno de la finca “Rancho Paraíso” se pudo constatar la existencia de potencial para el desarrollo de actividades de turismo rural, las preferencias del mercado que visita el destino Villa Clara y específicamente Remedios hacia la práctica de determinadas actividades de este tipo y la existencia de una serie de problemáticas que señalan el desarrollo del turismo rural como una alternativa que puede contribuir a su solución.
- 4) La aplicación de Metodología para la mejora y diseño de productos turísticos (MEPROTUR) facilitó el diseño del producto turístico finca agroturística “Rancho Paraíso” como una experiencia única y memorable en un entorno rural, el proceso permitió definir de manera precisa el objetivo, los atractivos y actividades, la infraestructura necesaria, la mezcla comunicativa indispensable para su información, así como establecer las prioridades para su puesta en uso turístico, y además permite la creación de una oferta complementaria que incluye recorridos guiados, servicios de restauración, venta de productos artesanales y naturales y áreas para camping.

Conclusiones

- 5) Considerando los estudios de viabilidad efectuados, el producto diseñado se considera viable pues garantiza la gestión integrada y sostenible del turismo por parte de los pobladores locales, convirtiéndose en una forma efectiva para el aprovechamiento de los recursos turísticos locales dando respuesta de esta forma a la hipótesis de la investigación.

Recomendaciones

RECOMENDACIONES

- 1) Dar seguimiento a la ejecución del diseño a partir de los elementos establecidos para el mismo dados en la presente investigación.
- 2) Extender la propuesta a las localidades rurales del territorio y del país, como base para el diseño de futuros productos turístico que formen parte de las iniciativas de desarrollo local.
- 3) Mantener la divulgación de los resultados y experiencias obtenidas durante la investigación, mediante la participación en eventos y publicaciones, así como a través de actividades de capacitación sobre esta temática.
- 4) Continuar profundizando en el tema del Turismo Rural como alternativa de diversificación de la oferta regional y opción de desarrollo de las comunidades rurales, sobre la base de criterios de sostenibilidad.

Bibliografía

BIBLIOGRAFÍA

- 1) ANDRADE, I. A. y E. L. TOMAZZONI, (2012) “Roteiro de Agroturismo “Quadrilho” de Gramado (RS, Brasil) Uma Análise Para o Reposicionamento” en *Pasos, Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*. Vol. 10, No. 1, 2012, pp. 131-138.
- 2) AYALA, H., y R. RODRÍGUEZ (2009): *Modalidades Turísticas. Características y situación actual*. Editorial Félix Varela. 265 pp.
- 3) BÁEZ, A. L., (2001) “Evolución de los servicios de ecoalojamiento y la tendencia hacia la certificación”. *Encuentro Latinoamericano sobre edificaciones y comunidades sustentables– ELECS*. Turismo & Conservación Consultores, S.A. Rio Grande do Sur, Abril 2001.
- 4) BARRERA, E. (2006): *Turismo rural. Un agronegocio para el desarrollo de los territorios rurales en: Agronegocios alternativos. Enfoque, importancia y bases para la generación de actividades agropecuarias no tradicionales*. Sudamericana, Buenos Aires, p. 73.
- 5) BARRERA, E., (2009) *Turismo Rural. Un agronegocio para el desarrollo de los territorios rurales en, Agronegocios alternativos. Enfoque, importancia y bases para la generación de actividades agropecuarias no tradicionales*. pp. 73. Sudamericana, Buenos Aires.
- 6) BARRERA, E., 2006, *Turismo rural: nueva ruralidad y empleo rural no agrícola*, Montevideo, UY, CINTERFOR-OIT.
- 7) BLANCO, M., H. RIVEROS, (2010) “El agroturismo como diversificación de la actividad agropecuaria y agroindustrial” en *Estudios agrarios*. IICA, 2010, pp. 117-125.
- 8) BULL, a., (1994) *La economía del sector turístico*. Versión española de Begoña Arregui Luco, España, Editorial Alianza.
- 9) CHAO, L. (2015) *Propuesta de plan de desarrollo de turismo rural para el municipio de Remedios*. Trabajo de diploma. Santa Clara, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Central “Marta Abreu” de las Villas.
- 10) DACOSTA, J. (1993). *Diccionario de Turismo y Hotelería*. Venezuela: Panapo.
- 11) DE LA TORRE, F. (1995): *Agencias de Viaje*. En *Agencias de Viaje y Transportación*. Cap. II, pp. 20-52.

- 12) DELEGACIÓN DEL MINTUR VILLA CLARA. *Plan de desarrollo 2014-2030, Oficina de Delegado del MINTUR Villa Clara. 2014*
- 13) DELEGACIÓN DEL MINTUR VILLA CLARA. *Informe de la actividad comercial, diciembre de 2015.*
- 14) DÍAZ, P. (2005): Metodología para la presencia de las zonas turísticas españolas en internet. Las organizaciones de destinos turísticos. Málaga: Departamento de Economía, Universidad de Málaga.
- 15) DIRECCIÓN PROVINCIAL DE PLANIFICACIÓN FÍSICA (DPPF). 2010. Plan General de Ordenamiento Territorial. Remedios 2010. Cuba.
- 16) DOMÍNGUEZ, L. (2012) *Diseño del producto turístico del área protegida caverna Santa Catalina*. Tesis en opción al título de Licenciada en Turismo. La Habana, Facultad de Turismo, Universidad de La Habana.
- 17) ECHARRI, M., E. SALINAS y E. SALINAS (2007): Apuntes de Geografía Turística de Cuba. La Habana.
- 18) ECHEVERRI, R., PORTILLA, M., RODRÍGUEZ, A., y SEPÚLVEDA, S. (2003). *Estrategias de Desarrollo Rural del IICA*. Obtenido de El enfoque territorial del desarrollo rural: www.iica.org.
- 19) FIGUEROLA, M. (1990): Teoría Económica del Turismo, Alianza Editorial. España.
- 20) FRAGA, L. D. (2012) *Propuesta de plan de desarrollo de turismo rural para la localidad de Jibacoa municipio Manicaragua, Villa Clara*. Trabajo de diploma. Santa Clara, Facultad de Ingeniería Industrial y Turismo, Universidad Central "Marta Abreu" de las Villas.
- 21) FUNCIA, C. (2009). *Metodología para la mejora de diseño de productos turísticos y su comercialización*.
- 22) RESOLUCIÓN No. 50 DE 2014, Gaceta Oficial No. 19 Ordinaria de 8 de mayo de 2014, "Política de Desarrollo del Turismo de Naturaleza, de Aventuras y Rural"
- 23) GAGNON, Julianne. (2012). "Cambiar el negocio de la Finca: Un Perfil del Agroturismo en la provincia de Herrera" en *Independent Study Project (ISP) Collection*. [En línea]. Disponible en:

http://digitalcollections.sit.edu/isp_collection/1320 [Accesado el día 23 de abril de 2016]

- 24)GUZÓN, A. (2003). “Estrategias municipales para el desarrollo”. En: Ada Guzón Camporredondo (compiladora). *Desarrollo local en Cuba. Retos y perspectivas*. La Habana: Editorial Academia.
- 25)HERNÁNDEZ SAMPIER, R. (2004). *Metodología de la Investigación* (Segunda reproducción.). La Habana: Félix Varela.
- 26)HERNÁNDEZ, R. M. (2010) “La normativa española sobre turismo rural” en *Estudios turísticos*. No. 183, 2010, pp. 25-41.
- 27)IGLESIAS, M. (2013) *desarrollo local, una alternativa inaplazable*. La Habana, facultad de Filosofía e Historia, Universidad de La Habana.
- 28)Informe UICN (La Unión Mundial para la Naturaleza), en línea, disponible en uicn.org.com.
- 29)JUÁREZ, G., (2013) “Revisión del concepto de desarrollo local desde una perspectiva territorial” en *Revista Líder*. Vol. 23, Diciembre 2013, pp. 9-28.
- 30)KOTLER, P. (2006). Marketing de resultados. [En línea]. Disponible en: www.Todomarketing.com:wwwdaemonquest.com/Marketingderesultados/Kotler2006. [Accesado el día 29 de enero de 2016]
- 31)KOTLER, P., BOWEN, J. y MAKENS, J.: *Mercadotecnia para Hotelería y Turismo*. Editorial Prentice-Hall Hispanoamericana, México DF, 1997.
- 32)KRAPP, K. y W. HUNZIKER, (1962) El Turismo en ciudades patrimoniales. Disponible en: <http://www.monografias.com>
- 33)LOSCERTALES, B., (1999) “El turismo rural como forma de desarrollo sostenible. El caso de Aragón” en *Geographicalia*. Vol. 37, 1999, pp. 123-138.
- 34)MACHADO, E.L. (2011): *Diseño de Productos Turísticos Integrados*. Aplicación en la Región Central del Destino Cuba. Tesis presentada en opción al grado científico de Doctor en Ciencias Económicas. Centro de Estudios Turísticos, Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas, Santa Clara, Cuba. pp. 173
- 35)MARTÍN, R. (2003) *El desarrollo de los productos turísticos: perfeccionamiento de los estudios de concepto y de diseño*. Tesis para optar por el grado de Master

en la Maestría en Gestión Turística. La Habana, Centro de Estudios Turísticos, Universidad de La Habana.

- 36) MARTÍN, R. (2010): Principios, organización y práctica del turismo. La Habana: Centro de Estudios Turísticos. Universidad de la Habana.
- 37) MARTÍNEZ, C. C., (2002) *Procedimiento para el diagnóstico estratégico en la micro, pequeña y mediana empresa turística: experiencias de aplicación*. Santa Clara, Facultad de Ingeniería Industrial y Turismo, Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas.
- 38) MARTÍNEZ, M. (2012) *Diagnóstico de las potencialidades para el agroturismo en los municipios de San José de Las Lajas y Nueva Paz de la provincia de Mayabeque*. Trabajo de diploma como ejercicio de culminación de estudios de la Licenciatura en Turismo. La Habana, Facultad de Turismo, Universidad de La Habana.
- 39) MEDINA, F. (2014) *Propuesta de plan de desarrollo para los destinos de golf Rancho Luna – Pasacaballo y Playa Ingles – La Tatagua*. Trabajo de diploma. Cienfuegos, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Cienfuegos "Carlos Rafael Rodríguez".
- 40) MINTUR (2012): Resolución sobre los principios y procedimientos para la aprobación de los productos turísticos de naturaleza, de aventuras y rural en el territorio nacional.
- 41) MONTERO, Y. (2014) *Diseño del producto turístico de naturaleza "Los Lagos Azules"*. Trabajo de Diploma. Cienfuegos, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Cienfuegos "Carlos Rafael Rodríguez".
- 42) MONTIEL, S., R. ESTÉVEZ, y A. OLIVEROS (2000): Turismo rural y desarrollo local en Cuba. En Revista Geographicalia, España, pp.37-51.
- 43) MUÑIZ, R., 2012. *Centro de Estudios Financieros*. [En línea] [Último acceso: 4 febrero 2016].
- 44) NAVARRO, M. (2015) *Identificación y Evaluación de los Recursos Turísticos de los Cayos Principales de la Bahía de Cienfuegos*. Trabajo de Diploma. Cienfuegos, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Cienfuegos "Carlos Rafael Rodríguez".

- 45) NEGRÍN, Y. (2015) *Diseño del producto gastronómico "Gintonería" para el Hotel Iberostar Ensenachos*. Trabajo de Diploma. Santa Clara, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Central "Marta Abreu" de las Villas.
- 46) OFICINA NACIONAL DE ESTADÍSTICAS DE LA REPÚBLICA DE CUBA (ONE). 2011. Disponible en: <http://www.one.cu>
- 47) OMT (1993). Clasificación Internacional propuesta por la OMT. Ediciones OMT. Madrid, p. 9
- 48) OMT. 2015. "Panorama OMT del turismo internacional". Disponible en: mkt.unwto.org.
- 49) OSORIO, M. (2010): Turismo masivo y alternativo. Distinciones de la sociedad moderna/posmoderna. En *Convergencia*, [En línea] vol.17, No. 52, Toluca, Universidad Autónoma de México. Disponible en: <http://www.scielo.org> [Accesado el día 7 de diciembre del 2015]
- 50) PARTIDO COMUNISTA DE CUBA (2011): Lineamientos de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución, La Habana, Cuba.
- 51) PATTON, H. (2003). 1º Congreso Internacional de Casos Exitosos de Desarrollo Sostenible. Conferencia no publicada.
- 52) PERELLÓ, J. L. (2015) "Política de desarrollo, Turismo de Naturaleza, Aventuras y Rural" seminario, Universidad de La Habana, abril de 2015.
- 53) PERELLÓ, J. L., (2015) *Actualización del turismo en Cuba*. La Habana, Facultad de Turismo, Universidad de La Habana.
- 54) PERELLÓ, J. L., *Desarrollo y Promoción de Productos Turísticos*. Centro de Estudios Turísticos, La Habana, Cuba, 2001.
- 55) PLAN GENERAL DE ORDENAMIENTO TERRITORIAL EN EL MUNICIPIO DE REMEDIOS. 2014.
- 56) RAMÍREZ, J.F. e I. PÉREZ, (2014) *Manual de taxonomía y términos turismo de naturaleza y turismo rural*. Pinar del Río, EHTPR.
- 57) Resolución 171 de 30 de julio 2014, Sistema de Información Estadístico Complementario (SIEC) del Ministerio de Turismo.
- 58) REYES, B., y D. BARRADO (2005): Nuevas Tendencias en el Desarrollo de Destinos Turísticos: Marcos Conceptuales y operativos para su Planificación y

- Gestión. En Cuadernos de Turismo, [En Línea] No. 15. Disponible en: <http://www.cuadernosdeturismo.com> [Accesado el día 10 de noviembre de 2015].
- 59) RIBEIRINHO, J. G. P. (2010): Turismo, fundamentos conceptuales, realidad y perspectivas. Tesis presentada en opción al grado científico de Doctor en Gobierno y Cultura de las Organizaciones. Universidad de Navarra, Pamplona, España. pp.421. Disponible en: <http://global.tesisenred.net> [Accesado el día 20 de febrero del 2016]
- 60) RIVEROS, H., y M. BLANCO (2003): El agroturismo, una alternativa para revalorizar la agroindustria rural como mecanismo de desarrollo local. IICA-PRODAR, Lima, Perú, p. 30.
- 61) RODRÍGUEZ, J. A. (2015) *Diseño de un Producto Turístico de Excursiones Nocturnas para la Agencia Viajes Cubanacán Sucursal Centro*. Trabajo de Diploma. Santa Clara, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Central "Marta Abreu" de las Villas.
- 62) RURALES, R. d. (Diciembre de 2014). *Programa Argentino de Turismo Rural*. Obtenido de www.comunidadesrurales.org/programas.
- 63) SALAZAR, A. M. (2015) *Diseño del Producto agroturístico en la Finca La Envidia, como alternativa turística en la parroquia Bellavista, Cantón Santa Cruz, provincia de Galápagos*. Proyecto de grado previo a la obtención del título de Licenciado en Hotelería y Turismo. Guayaquil, Facultad de Comunicación Social, Universidad de Guayaquil.
- 64) SALINAS, E. (2007): Espacio y planificación del turismo. En Convención Geografía, Medio Ambiente y Ordenamiento Territorial, Ciudad de la Habana, Cuba.
- 65) SALINAS, Er. y MEDINA, N., "MK mix. Los productos turísticos. Centro Histórico de La Habana", en *Apuntes 15*. EAEHT, Ediciones Balcón, La Habana, Cuba, 2008, pp.35-40.
- 66) SANCHIS, J. R. (s/f) *Las estrategias de desarrollo local: aproximación metodológica desde una perspectiva socio-económica e integral*. Valencia, Departamento de Dirección y Administración de Empresas, Universidad de Valencia.

- 67)SERRA, A. (2002). *Marketing Turístico*. Islas Baleares. España: Pirámide.
- 68)SOLSONA, J. (2009): La planificación turística en espacios rurales. En: Re-inventando el turismo rural. Gestión y desarrollo (A, Crosby, ed.), Editorial Laertes, Barcelona, pp. 83-155. Disponible en: <http://books.google.es> [Accesado el día 26 de octubre del 2015]
- 69)TRETTO, L. Y. (2013) *Concepción del proyecto "Cooperativa Agroturística Jibacoa en el Valle de Jibacoa, municipio Manicaragua, provincia Villa Clara"*. Trabajo de diploma. Santa Clara, Facultad de Ingeniería Industrial y Turismo, Universidad Central "Marta Abreu" de las Villas.
- 70)VILLALOBOS, L. M. (2012): Turismo como agente re-estructurador de la sociabilidad rural: Una propuesta para su estudio desde la historia. En Diálogos. [En línea] Universidad de Costa Rica. Disponible en: <http://www.doaj.org> [Accesado el día 14 de diciembre del 2015]

Anexos

ANEXOS

Anexo1: Hilo Conductor del Marco Teórico-Referencial.

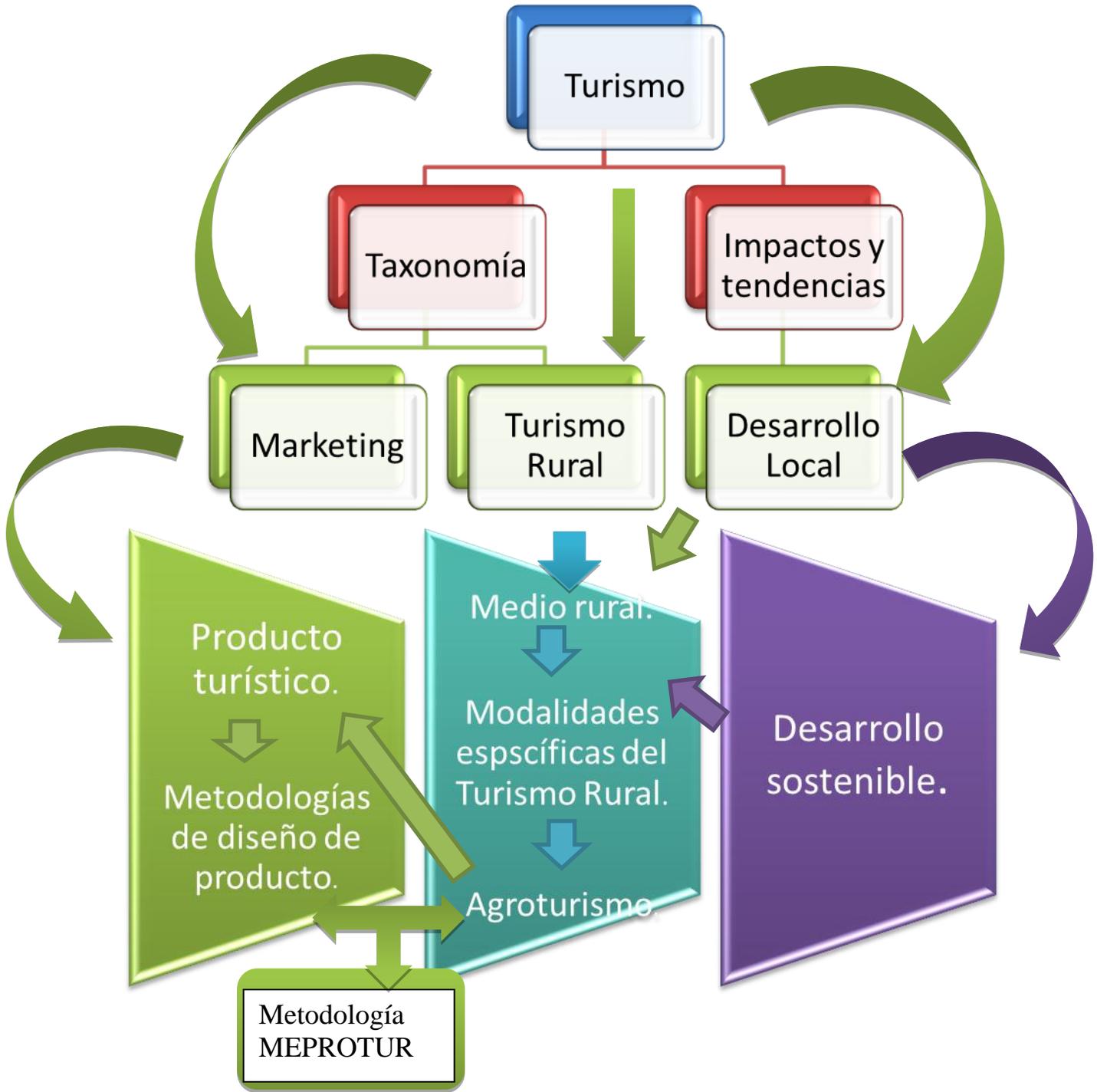


Figura 1: Hilo conductor del Marco Teórico Referencial.

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 2: Comportamiento de turismo en Cuba por años y por regiones emisoras.



Gráfico 1: Llegadas de visitantes a Cuba hasta 2015.

Fuente: Turismo, llegadas de visitantes internacionales. Edición Enero 2016. ONEI.



Gráfico 2: Comportamiento del turismo internacional por regiones emisoras.

Fuente: Turismo, llegadas de visitantes internacionales. Edición Enero 2016. ONEI.

Anexo 3: Taxonomía del Turismo Rural en Cuba.

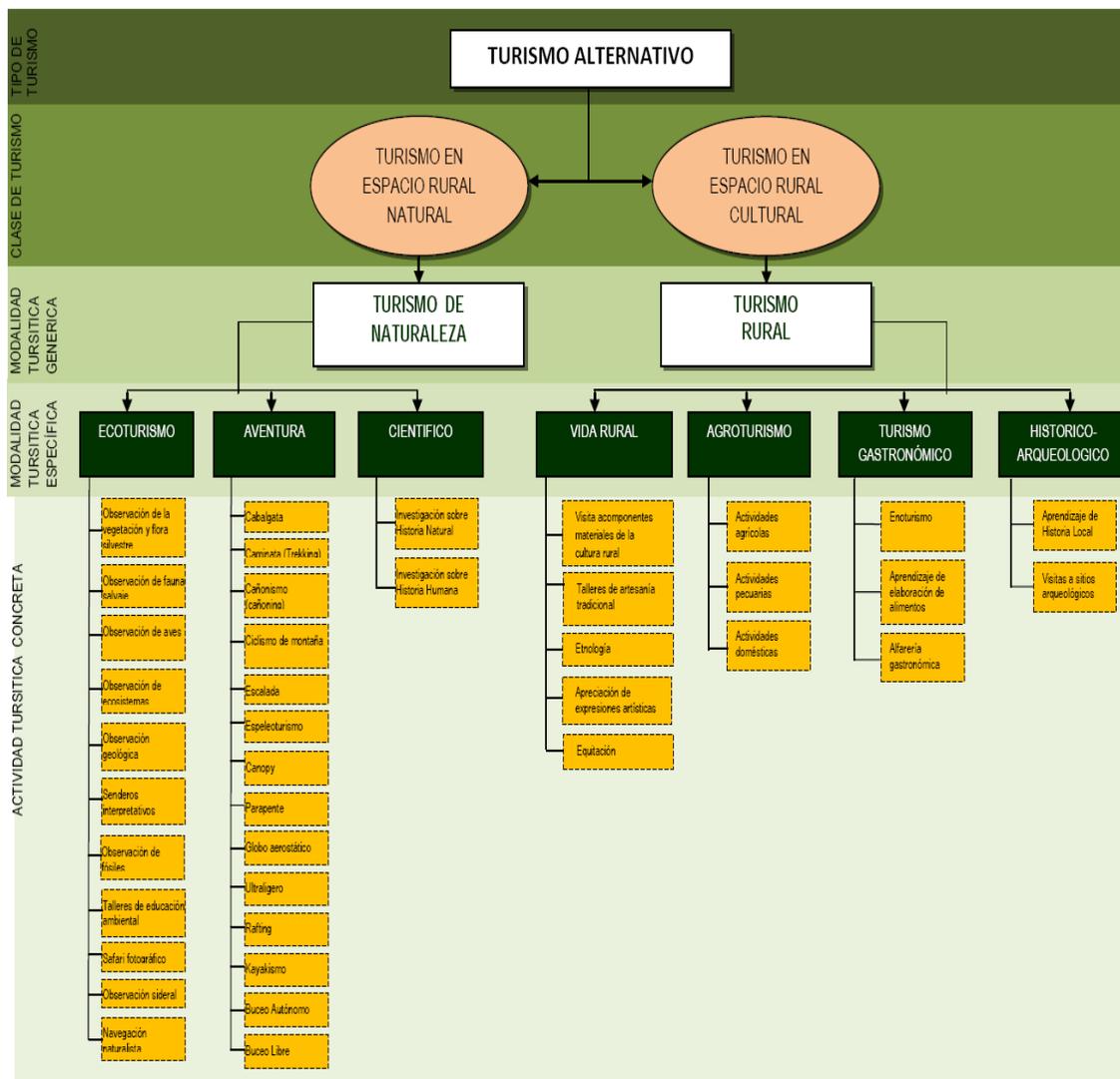


Figura 2: Taxonomía del turismo rural en Cuba.

Fuente: Turismo de naturaleza, aventuras y rural. Seminario. Perelló (2016)

Anexo 4: El concepto de Turismo Rural.

Tabla 3: Concepto de turismo rural dado por varios autores.

No.	Año	Autor	Concepto
1	1995	Fuentes	Aquella actividad turística realizada en el espacio rural, compuesta por una oferta integrada de ocio, dirigida a una demanda cuya motivación es el contacto con el entorno autóctono y que tenga una interrelación con la sociedad local.
2	1996	Blanco	Expresión singular de las nuevas formas de turismo, caracterizada por desarrollarse fuera de los núcleos urbanos; producirse de forma reducida; utilizar de manera diversa recursos naturales, culturales, patrimoniales, de alojamiento y servicios, propios del medio rural; y, contribuir al desarrollo local y a la diversificación y competitividad turística.
3	2000	Antoni	Las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en espacios rurales, con una permanencia mínima de una noche, con motivo de disfrutar de los atractivos de lo rural y de las posibilidades que ofrecen estos espacios para la satisfacción de necesidades más específicas.
4	2000	Martínez	“cualquier actividad turística o de esparcimiento que se desarrolle en el medio rural y áreas naturales, compatibles con el desarrollo sostenible. Esto último implica permanencia y aprovechamiento “óptimo” de los recursos, integración de la población local, preservación y mejora del entorno, en contraposición al concepto de la máxima rentabilidad”
5	2002	Cabrini	“el deseo de ofrecer a los visitantes un contacto personalizado, de brindarles la oportunidad de disfrutar del entorno físico y humano de las zonas rurales y, en la medida de lo posible, de participar en las actividades, tradiciones y estilos de vida de la población local”
6	2004	Ministerio de Turismo de Brasil	conjunto de actividades turísticas desarrolladas en el medio rural, <i>comprometido con una producción agropecuaria</i> , agregando valor a productos y servicios, rescatando y promoviendo el patrimonio cultural y natural de las comunidades
7	2006	Barrera	“aquella actividad turística realizada en el espacio rural, compuesto por una oferta integrada de ocio dirigida a una demanda cuya motivación incluye el contacto respetuoso con el entorno natural y una interrelación con la población local... Con el objetivo de mejorar la calidad de vida de la población local, proveer una experiencia de alta calidad a los visitantes y mantener la calidad del ambiente de la que ambos dependen: locales y visitantes,... este tipo de turismo se caracteriza por la AUTENTICIDAD, en la medida que si se pierde la misma el producto tiende a desvalorizarse. Naturalmente la autenticidad está reñida en este caso con la MASIVIDAD. Es un turismo: de iniciativa local, de gestión local, y con efectos locales”.
8	2012	Cambariza	Un tipo de turismo que tiene como propósito el mejoramiento del estado de desarrollo de una población rural; a través del uso de la cultura rural local, los paisajes propios del medio y las actividades cotidianas; para la consolidación de productos turísticos que satisfagan los deseos y necesidades de la demanda turística de conocer y vivir la experiencia rural; en periodos de ocio y descanso de menos de un año, en lugares diferentes a los sitios habituales de residencia.
9	2014	Pérez y Ramírez	El Turismo Rural es una Modalidad Turística Genérica que agrupa a un número de modalidades específicas, realizadas en un escenario rural con predominio de actividades humanas, donde la motivación principal de los consumidores está relacionada con la cultura rural, las comunidades locales, los conocimientos y tradiciones productivas, y los valores históricos asociados. Como resultado se produce una dinámica económica y cultural que genera beneficios sociales, y se conserva el patrimonio cultural.
10	2014	Mintur	Modalidad turística que se realiza en un espacio rural, en pequeñas comunidades, para conocer y compartir el modo de vida en el campo, sus costumbres y sus tradiciones.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4: Elementos comunes en el concepto de turismo rural.

Aspectos	Autores										Total %
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
Espacio rural	x	x	x	x		x	x		x	x	80%
Contrario a la masividad		x					x				20%
Vinculación agropecuaria					x	x		x	x	x	50%
Vinculación población local	x				x		x	x	x	x	60%
Disfrute de la naturaleza	x		x		x		x	x	x		60%
Disfrute de la cultura rural			x		x			x	x	x	50%
Recursos y atractivos propios de lo rural		x									10%
Aporte al desarrollo local		x				x	x	x	x		50%
Aporte al desarrollo sostenible				x			x				20%
Total %	33 %	44%	33%	22%	44%	33%	67%	56%	67%	44%	

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 5: Conceptos de desarrollo local.

Tabla 5: Conceptos de desarrollo local.

<u>Autor</u>	<u>Año</u>	<u>Concepto</u>
Antuñano y otros	1993	como «aquella acción integral emprendida de modo concertado por los agentes sociales de una determinada comunidad, con el fin de desarrollar el territorio local a través de la valorización de sus recursos humanos y materiales, manteniendo una negociación o diálogo con los centros de decisión económicos, sociales y políticos de los que dependen».
Vázquez Barquero	1988	«materializa en un proceso de crecimiento y cambio estructural que afecta a una comunidad territorialmente definida, y que se concreta en una mejora del nivel de vida de sus habitantes»
La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE)	1990	“como un proceso por medio del cual un cierto número de instituciones y/o personas locales se movilizan en una localidad determinada con el fin de crear, reforzar y estabilizar actividades utilizando de la mejor manera posible los recursos del territorio
Arocena	1992	“Cabe definir el desarrollo local como trayectorias específicas de desarrollo que se configuran en elementos históricos, geográficos y en mentalidades, pero que no están totalmente predeterminadas, sino que se transforman y evolucionan a partir de las prácticas de los propios actores, combinada con circunstancias y coyunturas que lo favorecen”
Comité Económico y Social de las Comunidades Europeas	1995	“proceso reactivador de la economía y dinamizador de la sociedad local mediante el aprovechamiento eficiente de los recursos endógenos existentes en una determinada zona, capaz de estimular y diversificar su creciente economía, crear empleo y mejorar la calidad de vida de la comunidad local, siendo el resultado de un compromiso en el que se entiende como espacio de solidaridad activa”
Buarque	1999	“un proceso endógeno, registrado en pequeñas unidades territoriales y asentamientos humanos, capaz de promover el dinamismo económico y la mejoría en la calidad de vida en la población. A pesar de constituir un movimiento de fuerte contenido interno, el desarrollo local está inserto en una realidad más amplia y compleja, con la cual interactúa y de la cual recibe influencias y presiones positivas y negativas. [...]”
Márquez	2002	“el proceso de organización del futuro de un territorio y resulta del esfuerzo de concertación y planificación emprendido por el conjunto de actores locales, con el fin de valorizar los recursos humanos y materiales de un territorio, manteniendo un diálogo con los centros de decisión económico, social y político en donde se integran y de los que dependen”
Millán	2003	el conjunto de experiencias que se han desarrollado utilizando recursos locales (humanos y financieros) sin intervención directa del estado y localizados en pequeños centros diseminados a lo largo del territorio
Sorhegui y León.	2004	El desarrollo local es definido como el Proceso reactivo de la economía y dinamizador de la sociedad local, que mediante el aprovechamiento de recursos endógenos existentes en una determinada zona o espacio físico es capaz de estimular y fomentar su crecimiento económico, crear empleo, renta, riqueza y sobre todo, mejorar la calidad de vida y el bienestar social de la comunidad
Juárez	2013	Se puede apuntar, por tanto, que el cómputo de estrategias utilizadas para diversificar y enriquecer las actividades y la sociedad de un territorio que aprovecha sus recursos y sus fuerzas internas, puede ser entendido como <i>desarrollo local</i> .

Fuente: Elaboración propia.

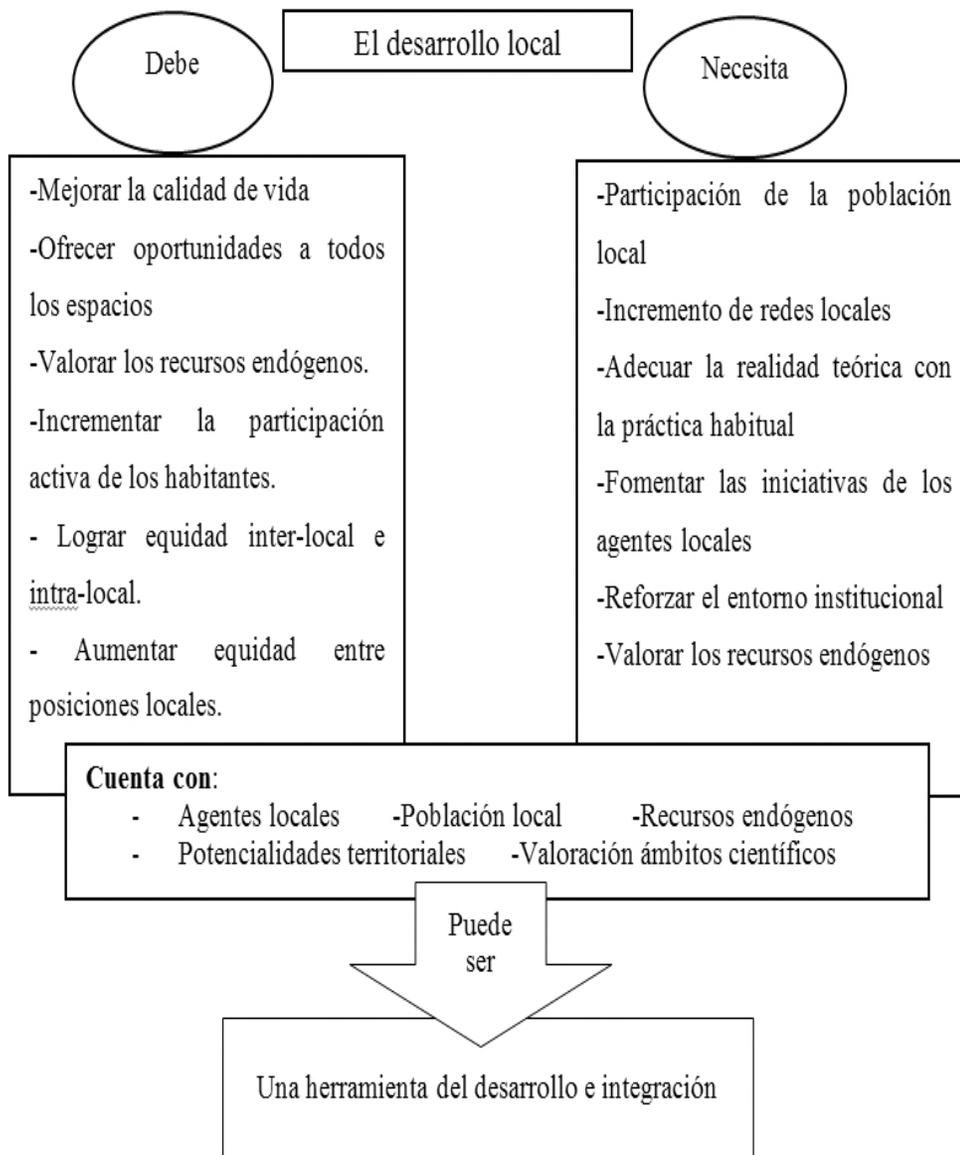
Tabla 6: Elementos comunes en el concepto de turismo rural.

Aspectos	Autores										Total %
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	
El desarrollo local como proceso		X	X		X	X	X		X		60%
Puesta en valor de los recursos endógenos	X		X	X	X		X	X	X	X	80%
Comunidad definida	X	X	X		X	X	X	X		X	80%
Influencia del medio externo				X		X					20%
Relación con centro de decisión económica, política y social de los que dependen	X						X				20%
Participación de y entre los actores locales	X		X	X	X		X				50%
Desarrollo del territorio, mejora económica y de la calidad de vida	X	X		X	X	X			X	X	70%
Total %	71%	43%	57%	57%	71%	57%	71%	29%	43%	43%	

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 6: Modelo de desarrollo Local.

Figura 4. Modelo de desarrollo local.



Fuente: Elaboración propia, 2013.

Fuente: Juárez, 2013.

Anexo 7: Análisis comparativo de los procedimientos y metodologías propuestos para el diseño de productos.

Tabla 7: Autores que presentan los criterios más representativos.

Criterios	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	Total
Autores											
Perelló		x		x	x	x	x	x	x	x	8
Beltrán et al.	x	x	x				x	X			5
Serra					x		x	x	x	x	5
Martín		x	x		x	x	x		x		6
Sectur México	x	x	x			x	x		x		6
Funcia	x	x	x	x	x		x	x	x	x	9
Medina, Santamarina y Salinas	x	x		x	x	x	x	x	x	x	9
Hernández y Machado		x	x	x	x		x	x			6
Total	4	7	5	4	6	4	8	7	6	3	
A: Oportunidades						F: Concepto					
B: Demanda						G: Estructurar el producto					
C: Competencia						H: Comercialización					
D: Recursos y atractivos						I: Viabilidad					
E: Generación de ideas						J: Evaluación					

Fuente: Elaborado a partir de Negrín (2015).

Anexo 8: Metodología MEPROTUR

Figura 2: Metodología para la mejora y diseño de productos turísticos y su comercialización (MEPROTUR).

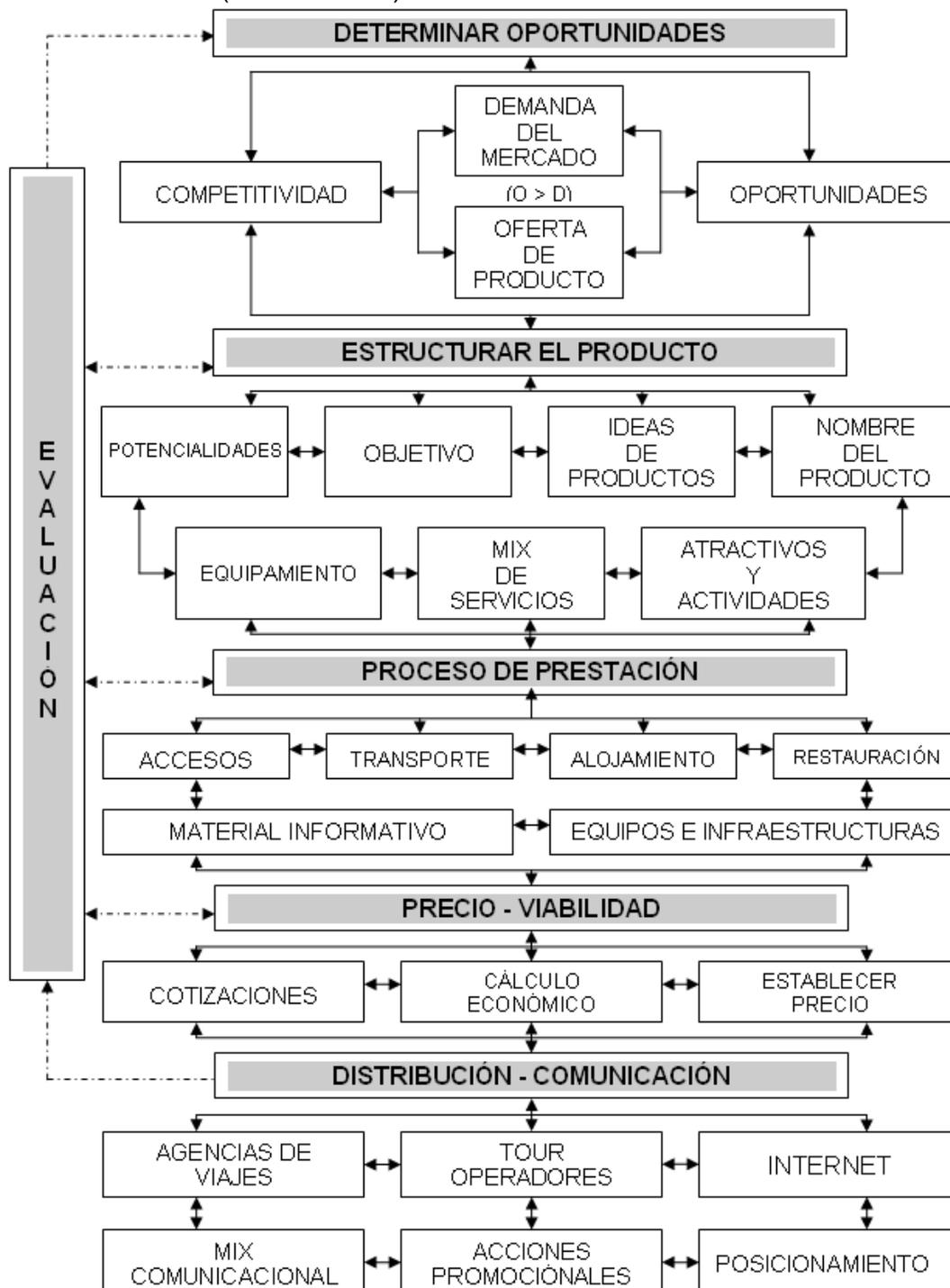


Fig. 1: Metodología para la mejora y diseño de productos turísticos y su comercialización (MEPROTUR).
Funcia Morán, Carlos y otros.

Fuente: Tomado de Metodología MEPROTUR.

Anexo 9: Guía de entrevistas realizadas a los propietarios de hostales.

Preguntas:

- ¿Cuál es el tiempo promedio de estancia de los clientes que se alojan en su hostal?
- ¿Por qué vía de comunicación tienen conocimiento del hostal?
- ¿Coincide con la principal forma de distribución del mismo?
- ¿Cuál es la principal motivación de sus clientes?
- ¿Tienen otras motivaciones?
- ¿Están satisfechos sus clientes con las ofertas de productos turísticos del municipio de Remedios?
- ¿Considera que hay variedad?
- ¿Ha tratado de crear otros productos turísticos que complementen la oferta que brinda o sean diferentes?
- ¿Posee usted conocimientos de diseño de producto y comercialización?
- ¿En sus ideas ha tenido en cuenta el turismo alternativo?
- ¿Conoce la modalidad de Turismo Rural?
- ¿Considera que la oferta del municipio se beneficiaría con productos de esta modalidad?
- ¿Considera que el Turismo Rural satisfaga las necesidades identificadas en sus clientes?

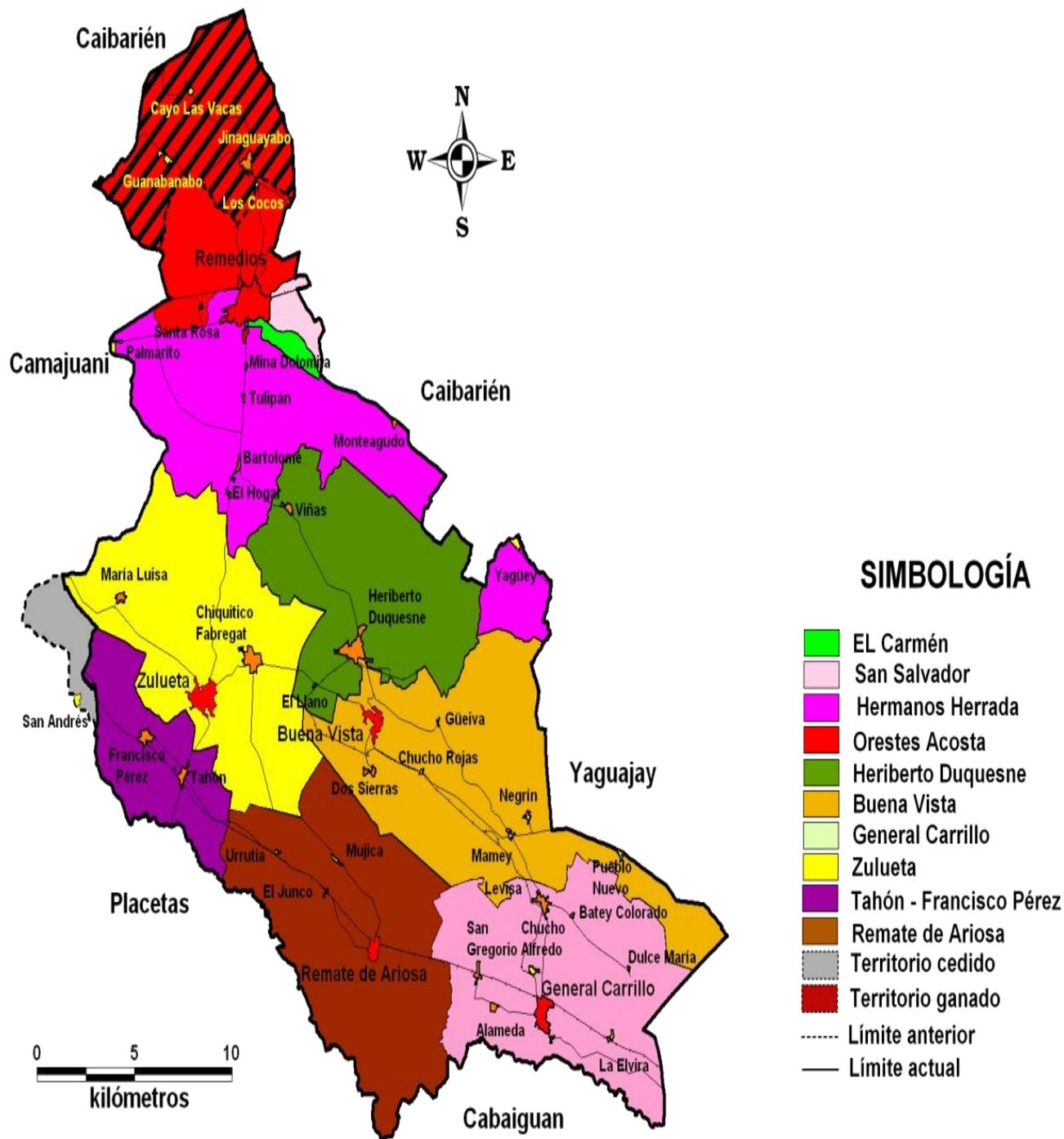
Fuente: Elaboración propia.

Anexo 10: Cronograma para la realización del Diagnóstico.**Tabla 8:** Cronograma para la realización del Diagnóstico.

Tarea	Duración	Comienzo	Fin
Formación del grupo de Diagnóstico	5 días	10/2/2016	14/2/2016
Selección y formación del Grupo de diagnóstico.	3 días	10/2/2016	12/2/2016
Confección del cronograma	2 días	13/2/2016	14/2/2016
Estudio de mercado.	10 días	15/2/2016	24/2/2016
Análisis documental	3 días	15/2/2016	17/2/2016
Entrevista a propietarios de hostales	5 días	18/2/2016	22/2/2016
Análisis de la información obtenida	2 días	23/2/2016	24/2/2016
Información sobre los recursos turísticos de Remedios	14 días	25/2/2016	9/3/2016
Revisión documental	2 días	25/2/2016	26/2/2016
Trabajo de campo	10 días	27/2/2016	7/3/2016
Análisis de la información obtenida	2 días	8/3/2016	9/3/2016
Información sobre la competencia	7 días	10/3/2016	16/3/2016
Trabajo de campo	6 días	10/3/2016	15/3/2016
Análisis de la información obtenida	1 día	16/3/2016	16/3/2016
Información sobre la situación actual de Remedios	15 días	17/3/2016	31/3/2016
Revisión documental	2 días	17/3/2016	18/3/2016
Entrevistas a entes y empresas gubernamentales	7 días	19/3/2016	25/3/2016
Trabajo de campo	5 días	26/3/2016	30/3/2016
Análisis de la información obtenida	1 días	31/3/2016	31/3/2016
Confección del informe final (Capítulo 2)	5 días	1/4/2016	5/4/2016

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 11: Ubicación espacial y división político-administrativa del municipio de Remedios.



Plano 1: División político-administrativa del municipio de Remedios.

Fuente: Plan General de Ordenamiento Territorial en el municipio de Remedios.

Anexo 12: Indicadores económicos de la producción agropecuaria en Remedios.**Tabla 9:** Producción agrícola por cultivos seleccionados de la agricultura no cañera, ambos sectores.

CULTIVOS	Toneladas					
	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Viandas total	17 309,2	20 983,8	18 962,9	15 794,0	13 602,1	16 694,3
Tubérculos y raíces	12 899,7	16 049,9	13 452,1	12 990,9	10 983,9	13 596,3
De ello: Papa	3 958,2	3 588,9	2 921,2	2 061,2	1 625,7	-
Boniato	2 950,0	3 852,1	1 865,6	2 676,0	2 149,0	2 515,1
Malanga	2 472,9	2 625,3	2 244,5	3 117,2	2 169,6	3 775,2
Yuca	3 385,2	5 891,9	6 302,0	4 853,6	4 893,8	7 120,8
Plátano	4 409,5	4 933,9	5 510,8	2 803,1	2 618,2	3 098,0
Vianda	4 071,1	4 359,4	4 849,1	2 522,1	2 351,3	2 660,6
Fruta	338,4	574,5	661,7	281,0	266,9	437,4
Hortalizas	12 665,4	10 513,1	9 356,3	12 379,4	10 821,5	9 796,0
De ello: Tomate	4 510,4	1 665,4	2 286,2	3 255,6	2 994,2	2 081,8
Cebolla	178,3	146,6	160,9	155,6	81,9	6,1
Ajo	128,4	145,2	102,7	35,2	36,8	10,5
Pimiento	74,8	34,4	99,1	91,6	63,0	65,7
Calabaza	2 468,3	3 885,4	3 118,4	4 755,6	4 456,2	4 772,5
Cereales	2 236,4	1 676,2	2 980,7	2 107,5	2 261,1	2 919,3
Arroz	557,0	578,7	704,2	255,6	243,8	111,3
Maíz	1 679,4	1 097,5	2 276,5	1 851,9	2 017,3	2 808,1
Frijol (leguminosa)	895,7	440,7	571,3	680,7	484,4	731,8
De ello: Negro	892,8	440,7	570,8	680,7	484,4	731,8
Frutas total	6 158,5	4 649,0	5 929,5	4 943,7	4 892,0	5 372,1
Cítricos	410,0	222,3	313,4	348,4	289,0	424,3
De ello: Naranja dulce	185,8	92,5	135,8	91,3	27,8	93,1
Otras frutas	5 748,5	4 426,7	5 516,1	2 740,4	4 603,0	4 947,9
De ello: Mango	1 619,8	1 152,5	1 183,3	813,1	543,7	1 045,5
Guayaba	286,9	119,2	166,6	99,1	112,0	96,2
Fruta bomba	1 218,2	1 536,2	1 223,8	833,6	784,1	1 039,4

Fuente: Oficina nacional de Estadística e Información (ONEI).

Tabla 10: Indicadores seleccionados de la leche de vaca.

CONCEPTO	UM	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Producción	MI	7 581,9	7 606,2	7 086,0	5 265,4	5 617,4	5 734,8
Existencia promedio de vacas en ordeño	Cabz	5 071	8 003	5 158	4 563	4 396	3 379
Rendimiento diario por vacas en ordeño	l	4,1	2,6	3,8	3,2	3,5	4,6

Fuente: ONEI**Tabla 11:** Entregas a sacrificios, producción de carne porcina y su distribución.

CONCEPTO	UM	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Entregas	Cabz	7 048	5 956	5 693	3 484	4 365	4 895
Producción	t	566,3	487,7	470,4	291,3	401,2	442,9
Ventas	t	367,6	287,5	175,0	102,2	195,4	234,9
De ello: A trabajadores	t	19,7	40,5	2,7	1,7	1,3	1,2
Autoconsumo	t	198,7	200,2	295,4	189,1	205,8	208,0

Fuente: ONEI**Tabla 12:** Producción de huevos y su distribución

CONCEPTO	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Producción de huevos	121,7	272,5	416,7	273,1	288,2	257,5
Ventas totales	31,1	23,6	36,3	37,8	19,3	18,2
De ello: A trabajadores	10,2	10,2	17,4	31,3	19,3	18,2
Autoconsumo	90,6	248,9	380,4	235,3	268,9	239,3

Miles de unidades

Fuente: ONEI

Anexo 13: Industrias por sectores económicos en Remedios.**Tabla 13: Industrias por sectores económicos en Remedios.**

Ubicación	Principales industrias	Sector de la economía
Remedios	Pirotecnia "La Chispa"	Producciones Químicas
	Planta de Hormigón	Construcción
	Empresa Provincial de Construcción y Mantenimiento Agrupación No 6	Construcción
	Unidad Empresarial de Base Prefabricado	Construcción
	Empresa GEOMINERA	GEOMINERA
	Agrupación # 4 Mantenimiento Vial. Remedios	Vialidad
	UEB # 9 "El Vaquerito"	Empresa Tabaco
	Establecimiento "Los Atrevidos"	Producción de Alimentos
	Empresa Pan y Dulce. Remedios.	Producción de Alimentos
	Taller de confecciones "Juan P. Carbó".	Industria Ligera
	Establecimiento 101 "Tres Mártires"	Industria Ligera
	Taller Especial "La Popular".	Produc. Varias
	Cadena del Pan	Producción de Alimentos
Centros de Elaboración de Alimentos en Remedios	Producción de Alimentos	
Buena Vista	UEBP "Haydee Santamaría"	Industria Ligera
	Centro de Elaboración de Alimentos en Buena Vista	Producción de Alimentos
General Carrillo	Taller de Confecciones subordinada al Taller de Confecciones "Juan P. Carbó" de Remedios.	Industria Ligera
Zulueta	Tenería "La Raupereza"	Industria Ligera
	UEBP 119 "Liberación Zulueta"	Industria Ligera
	Fábrica de Guantes "Julián Grimau"	Industria Ligera
	Cadena del Pan Zulueta	Producción de Alimentos
Remate de Ariosa	Centro de Elaboración de Alimentos en Remate de Ariosa.	Producción de Alimentos
Francisco Pérez	Empresa de Silos	MINAGRI
	Taller Francisco Pérez	TRAZMEC AZCUBA
Heriberto Duquesne	UEB Central Azucarero Heriberto Duquesne	AZCUBA
	UEB Atención de Productores Agropecuarios de Heriberto Duquesne	AZCUBA
	UEB Destilería Heriberto Duquesne	AZCUBA
Chiquitico Fabregat	UEB Refino Chiquitico Fabregat.	AZCUBA
	Empresa Logística AZUMAT. Agencia Chiquitico Fabregat	AZCUBA

Fuente: Plan General de Ordenamiento Territorial en el municipio de Remedios.

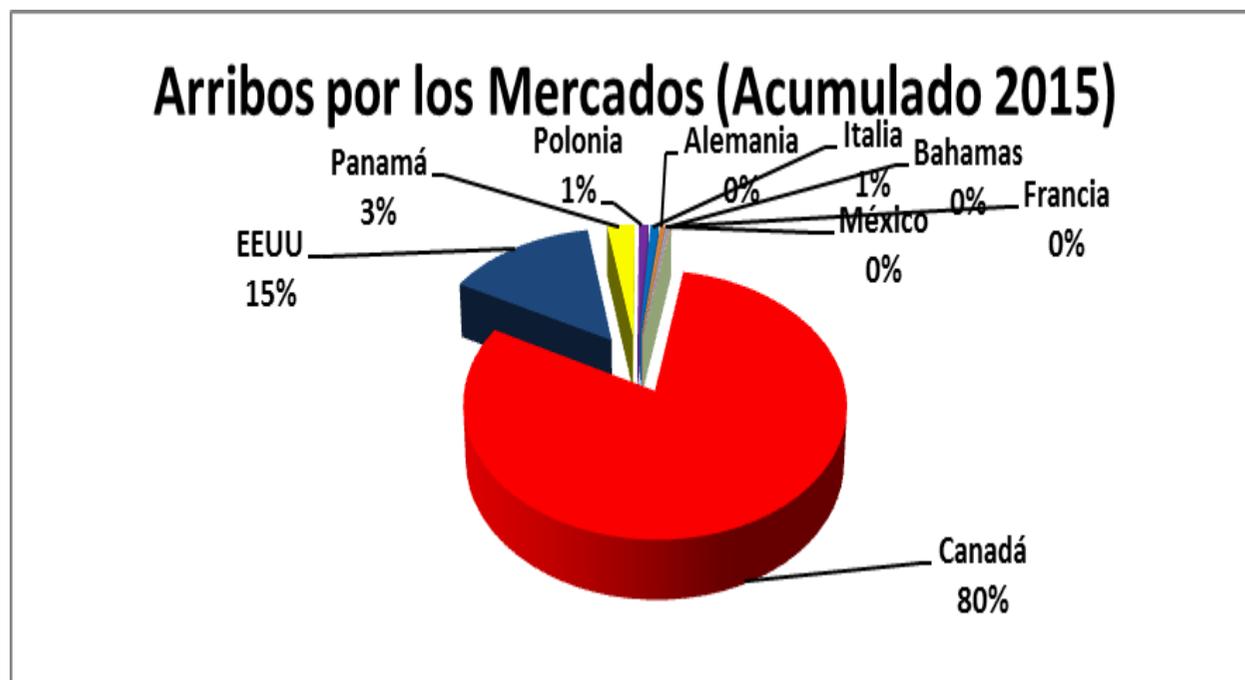
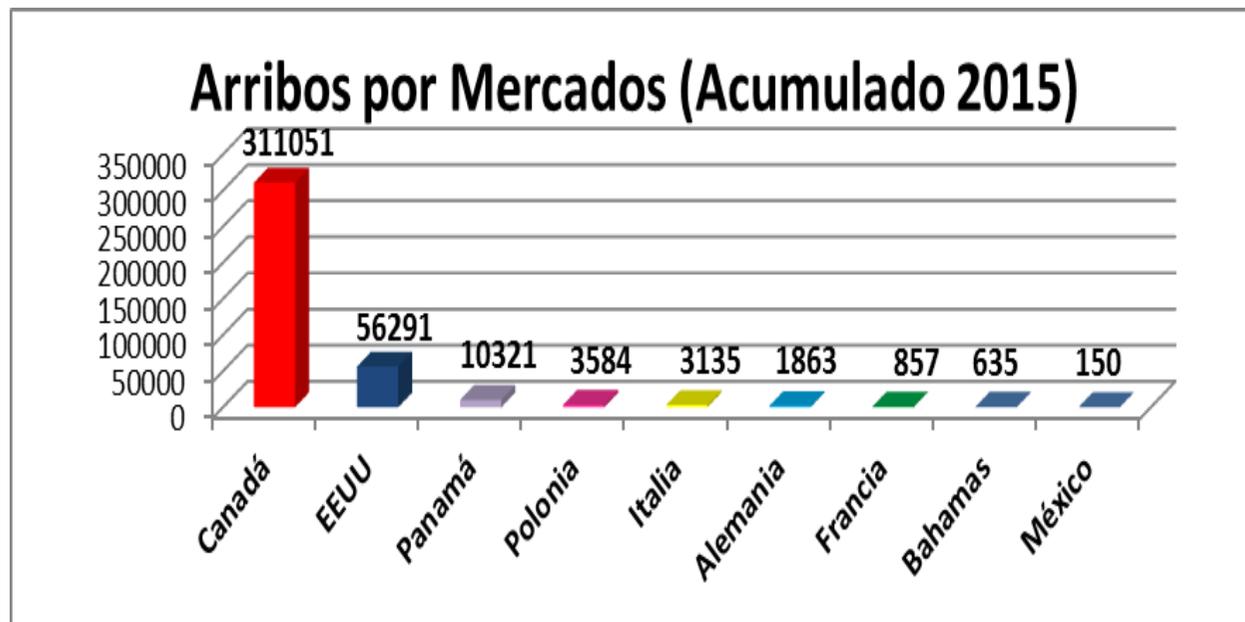
Anexo 14: Existencia de servicios básicos en el Sistema de Atención a la Población.**Tabla 14:** Existencia de servicios básicos en el Sistema de Atención a la Población.

Asentamiento	Servicios Básicos				
	Bodegas	Consultorio Médico	Escuela Primaria	Círculo Social	Electricidad
Remedios	18	17	4	Si (p)	Si
Zulueta	9	5	2	Si (p)	Si
Buena Vista	4	3	1	No	Si
General Carrillo	3	4	1	Si	Si
Remate Ariosa	2	2	1	Si	Si
Heriberto Duquesne	3	2	1	No	Si
Chiquitico Fabregat	1	2	1	Si	Si
Tahón	1	1	1	Si	Si
Jinaguayabo	1	1	1	Si	Si
Levisa	1	1	1	Si	Si
Francisco Pérez	1	1	1	Si	Si
Alameda	1	1	1	No	Si
Viñas	1	1	1	Si	Si
San Gregorio	1	1	1	Si	Si
María Luisa	1	1	1	Si	Si
Dos Sierras	1	1	1	Si	Si
Bartolomé	1	1	No	Si	Si
Pueblo Nuevo	1	1	1	Si	Si
Yagüey	1	1	No	Si	Si
El Mamey	1	1	1	Si	Si
Chucho Alfredo	1	No	1	No	Si
Mujica	1	1	No	Si	Si
Monteagudo	1	1	1	Si	Si
Cayo Las Vacas	1	No	1	Si	Si
La Elvira	1	1	No	Si	Si
Guanabanabo	1	No	1	Si	Si
Negrín	1	No	No	Si	Si
Los Cocos	No	No	No	No	Si
Mina Dolomita	No	No	No	No	Si
El Hogar	No	No	No	No	Si
Urrutia	1	No	No	Si	Si
Batey Colorado	1	1	1	No	Si
El Junco	1	No	No	No	No
Rojas	1	1	No	No	Si
El Llano	1	No	No	No	Si
Palmarito	No	No	No	No	Si
Santa Rosa	No	No	No	No	Si
Tulipán	No	No	No	No	Si
Dulce María	1	No	1	No	No
Güeiva	1	No	No	Si	No

Si (p) Existencia del servicio de manera parcial, ubicado en local no idóneo para la actividad

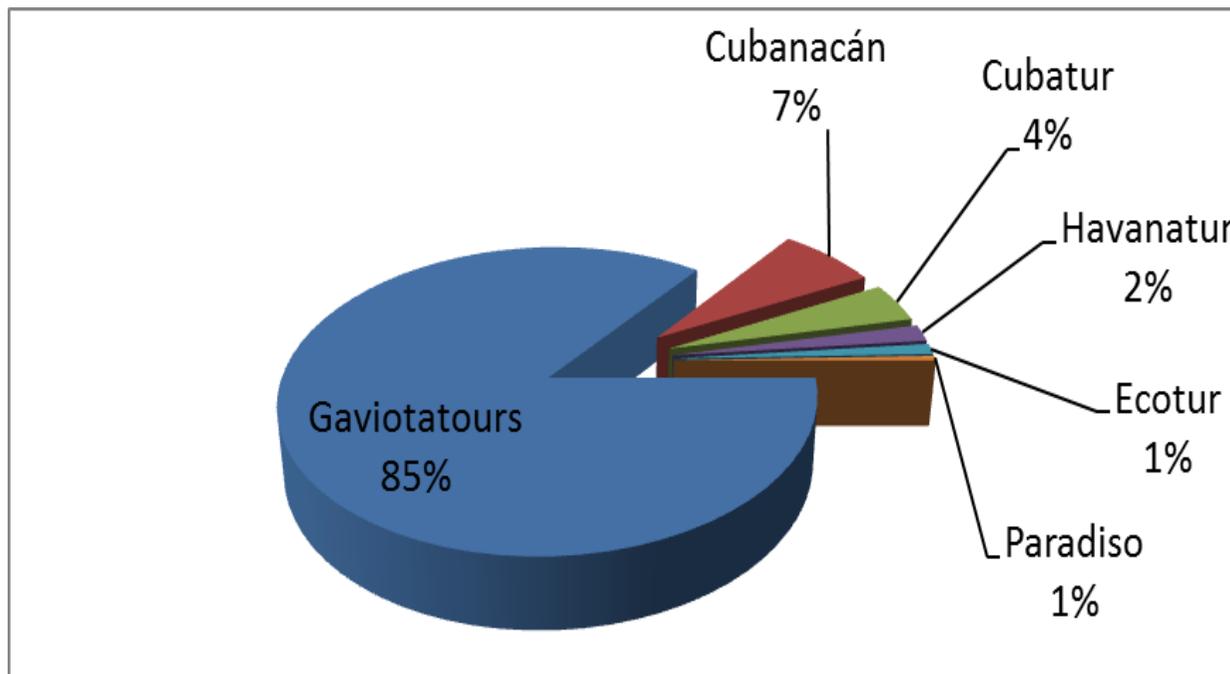
Fuente: Plan General de Ordenamiento Territorial en el municipio de Remedios.

Anexo 15: Mercados de Villa Clara 2015.



Fuente: Delegación provincial del Mintur, Villa Clara.

Anexo 16: Presencia de Agencias de Viaje en las ventas de productos turísticos en Villa Clara.



Fuente: Delegación provincial del Mintur, Villa Clara.

Anexo 17: Encuesta a turistas sobre turismo rural.

Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas
Facultad de Ciencias Económicas
Carrera licenciatura en Turismo

Estimado visitante, la UCLV, está realizando una investigación con el objetivo de conocer las preferencias de los visitantes de la ciudad de Remedios hacia el turismo rural y específicamente, el agroturismo. Agradecemos su colaboración con la misma.

1. Datos del encuestado.

Lugar de procedencia:

Género:

Edad:

___ 15 a 20 años

___ 31 a 40 años

___ más de 50 años

___ 21 a 30 años

___ 41 a 50 años

2. ¿Con quién viaja?

___ Familia

___ Amigos

___ Solo

3. ¿Le gustaría realizar actividades agroturísticas durante sus vacaciones?

___ Sí

___ No

4. De las siguientes actividades agroturísticas ¿Cuáles le resultan más atractivas?

1) ___ Visitar producciones agrícolas.

2) ___ Producción de café, caña de azúcar u otros cultivos.

3) ___ Apreciación de la arquitectura local.

4) ___ Artesanías y artes populares.

5) ___ Interactuar con las comunidades rurales.

6) ___ Participar en la crianza de animales.

7) ___ Visitar lugares históricos.

8) ___ Participar en guateques u otras manifestaciones de la cultura rural cubana.

9) ___ Conocer la gastronomía rural.

5. ¿Qué tiempo le dedicaría a las actividades agroturísticas?

___ De 1 a 4 horas

___ De 4 a 6 horas

___ Más de 6 horas

6. ¿Cuánto pagaría por un producto agroturístico?

___ Entre 10 y 40 cuc

___ Entre 40 y 70 cuc

___ Más de 70 cuc

Gracias por su colaboración.

Encuestadora: Claudia Rodríguez Estrada.

Email: crestrada@uclv.cu

Anexo 18: Resultados de la encuesta.

Marca de Clase	18	26	36	46	60	Column1	Column2	Column3
	15-20 años	21-30 años	31-40 años	41-50 años	más de 50 años	total	Media	%
Canadá	9	22	29		7	67	33	32%
Inglaterra		15	6			21	29	10%
Alemania	7	11	11		5	34	33	16%
Argentina	2		5	18	2	27	43	13%
Francia		21	15		2	38	32	18%
Estados Unidos	1	9			3	13	33	6%
España				5		5	46	2%
Chile		3				3	26	1%
Ecuador		1	1			2	31	1%
Total	19	82	67	23	19	210	34	

Fuente: Elaborado por el autor a partir de Excel.

Correspondence Table

Mercados	con quién viaja			
	amigos y familia	en parejas	solo	Active Margin
Canadá	39	28	0	67
Inglaterra	8	8	5	21
Alemania	15	14	5	34
Argentina	14	10	3	27
Francia	16	22	0	38
EUA	13	0	0	13
España	0	5	0	5
Chile	0	3	0	3
Ecuador	0	2	0	2
Active Margin	105	92	13	210

Summary

Dimensión	Singular Value	Inertia	Chi Square	Sig.	Proportion of Inertia		Confidence Singular Value	
					Accounted for	Cumulative	Standard Deviation	Correlation
								2
1	,362	,131			,524	,524	,039	,116
2	,345	,119			,476	1,000	,059	
Total		,250	52,397	,000 ^a	1,000	1,000		

a. 16 degrees of freedom

Mercados

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Canadá	388	32,1	32,1	32,1
Inglaterra	119	9,8	9,8	41,9
Alemania	207	17,1	17,1	59,1
Argentina	169	14,0	14,0	73,0
Francia	195	16,1	16,1	89,2
EUA	76	6,3	6,3	95,5
España	29	2,4	2,4	97,8
Chile	14	1,2	1,2	99,0
Ecuador	12	1,0	1,0	100,0
Total	1209	100,0	100,0	

Actividades relacionadas con el turismo rural

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Visita a producciones agrícolas	159	13,2	13,2	13,2
producción agrícola	113	9,3	9,3	22,5
arquitectura rural	65	5,4	5,4	27,9
artesanías y artes populares	69	5,7	5,7	33,6
interacción población local	206	17,0	17,0	50,6
crianza de animales	103	8,5	8,5	59,1
visita a lugares históricos	128	10,6	10,6	69,7
conocer la cultura campesina	162	13,4	13,4	83,1
conocer la gastronomía rural	204	16,9	16,9	100,0
Total	1209	100,0	100,0	

Mercados * Actividades relacionadas con el turismo rural Crosstabulation

	Actividades relacionadas con el turismo rural									Total
	Visita a producciones agrícolas	producción agrícola	arquitectura rural	artesanías y artes populares	interacción población local	crianza de animales	visita a lugares históricos	conocer la cultura campesina	conocer la gastronomía rural	
Canadá	54	30	22	26	65	31	44	52	64	388
Inglaterra	13	15	5	6	21	10	14	14	21	119
Alemania	28	22	16	9	33	15	23	29	32	207
Argentina	22	10	11	11	26	19	20	23	27	169
Francia	26	24	7	7	38	14	16	26	37	195
EUA	10	7	2	5	13	8	6	12	13	76
España	4	0	1	1	5	4	5	4	5	29
Chile	0	3	0	3	3	2	0	0	3	14
Ecuador	2	2	1	1	2	0	0	2	2	12
Total	159	113	65	69	206	103	128	162	204	1209

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	47,426 ^a	64	,940
Likelihood Ratio	55,137	64	,777
Linear-by-Linear Association	,022	1	,881
N of Valid Cases	1209		

Correspondence Table

Mercados	Tiempo dedicado a realizar actividades de turismo rural			Active Margin
	de una a cuatro horas	entre cuatro y seis horas	más de seis horas	
Canadá	41	18	8	67
Inglaterra	3	12	6	21
Alemania	22	9	3	34
Argentina	27	0	0	27
Francia	12	21	5	38
EUA	5	4	4	13
España	5	0	0	5
Chile	0	3	0	3
Ecuador	1	0	1	2
Active Margin	116	67	27	210

Precio que estaría dispuestoa a pagar por un producto agroturístico

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
entre 10 y 40 cuc	153	72,9	72,9	72,9
Valid entre 40 y 70 cuc	57	27,1	27,1	100,0
Total	210	100,0	100,0	

Mercados * Precio que estaría dispuestoa a pagar por un producto agroturístico Crosstabulation

Count

		Precio que estaría dispuesto a pagar por un producto agroturístico		Total
		entre 10 y 40 cuc	entre 40 y 70 cuc	
Mercados	Canadá	48	19	67
	Inglaterra	18	3	21
	Alemania	27	7	34
	Argentina	12	15	27
	Francia	29	9	38
	EUA	9	4	13
	España	5	0	5
	Chile	3	0	3
	Ecuador	2	0	2
Total		153	57	210

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	17,608 ^a	8	,024
Likelihood Ratio	19,111	8	,014
Linear-by-Linear Association	,171	1	,680
N of Valid Cases	210		

Fuente: Elaborado por el autor a partir de SPSS.

Anexo 19: Matriz DAFO

Tabla 13: Matriz DAFO de Impacto Cruzado

Factores externos / Factores internos	OPORTUNIDADES O1, O2, O3, On	AMENAZAS A1, A2, A3, An	Puntuaciones Totales
FORTALEZAS F1, F2, F3, Fn	Estrategias Ofensivas: Utilizar las fortalezas para aprovechar las oportunidades.	Estrategias Defensivas: Usar las fortalezas para atenuar las amenazas.	Permite visualizar las fortalezas más importantes.
DEBILIDADES D1, D2, D3, Dn	Estrategias de Reorientación: Reducir o eliminar las debilidades aprovechando las oportunidades.	Estrategias de Supervivencia: Reducir las debilidades y evitar las amenazas.	Permite visualizar las debilidades que dañan más a la empresa.
Puntuaciones Totales	Permite conocer cuáles son las oportunidades más aprovechables.	Permite conocer cuáles son las amenazas que pueden dañar más a la empresa.	

Fuente: Postgrado de Marketing. Escuela de Hotelería y Turismo de la Habana. Formatur. 2010.

Tabla 14: Matriz DAFO de la finca "Rancho Paraíso".

	O1	O2	O3	O4	O5	O6	A1	A2	A3	A4	A5	A6	Puntuación total
F1	2	3	2	3	2	3	0	3	0	0	2	0	20
F2	3	3	3	1	3	3	2	3	1	3	0	2	27
F3	3	1	3	2	3	0	0	3	1	3	0	1	20
F4	0	1	2	0	3	3	0	0	0	1	3	2	15
F5	2	0	0	1	3	1	0	2	2	0	0	0	11
F6	3	3	3	3	3	0	3	3	3	3	0	1	28
D1	3	2	1	0	3	2	1	1	0	3	3	3	21
D2	2	1	3	0	2	3	3	3	2	0	3	3	25
D3	3	2	0	2	1	3	0	0	2	0	3	0	16
D4	2	0	2	0	1	3	2	2	0	2	3	0	17
D5	2	0	2	0	1	3	1	1	0	2	3	0	15
D6	3	0	2	0	3	2	1	2	0	3	3	0	19
Puntuación total	28	16	23	12	28	26	13	23	11	20	23	12	

Fuente: Elaborado por el autor.

Tabla 15: Resultado por cuadrante Matriz de Impacto cruzado.

Fortalezas-Oportunidades: 74	Fortalezas-Amenazas: 47
Debilidades-Oportunidades: 59	Debilidades-Amenazas: 55

Fuente: Elaborado por el autor.

Anexo 20: Cuantificación de la fauna.**Tabla 15:** Cuantificación de la fauna.

<i>Nombre común</i>	<i>Nombre científico</i>	<i>Nombre común</i>	<i>Nombre científico</i>
Azulejo	<i>Passerina cyanea</i>	Candelita	<i>Setophaga ruticilla</i>
Bijirita de Alas Azules	<i>Vermivora pinus</i>	Caraira	<i>Caracara cheriway</i>
Abejero	<i>Pernis apivorus</i>	Caretica	<i>Geothlypis trichas</i>
Bijirita de Garganta Negra	<i>Setophaga virens</i>	Carpintero Churroso	<i>Colaptes fernandinae</i>
Arriero	<i>Coccyzus merlini</i>	Carpintero Javado	<i>Melanerpes supercilialis</i>
Azulón	<i>Passerina caerulea</i>	Carpintero Verde	<i>Xiphidiopicus percussus</i>
Bijirita de garganta Amarilla	<i>Setophaga dominica</i>	Carta Cuba	<i>Todus multicolor</i>
Bijirita Común	<i>Setophaga palmarum</i>	Catey	<i>Psittacara euops</i>
Bijirita Magnolia	<i>Setophaga magnolia</i>	Chichinguaco	<i>Quiscalus niger</i>
Bijirita Tigrina	<i>Setophaga tigrina</i>	Chipojo Verde	<i>Anolis equestris</i>
Bijirita Trepadora	<i>Mniotilta varia</i>	Cotorra	<i>Amazona leucocephala</i>
Bobito Chico	<i>Contopus caribaeus</i>	Degollado	<i>Pheucticus ludovicianus</i>
Bobito Grande	<i>Myiarchus sagrae</i>	Frailecillo	<i>Calidris pusilla</i>
Cabrero	<i>Spindalis zena</i>	Semipalmeado	
Galleguito	<i>Leucophaeus atricilla</i>	Gallego	<i>Larus argentatus</i>
Gallereta de Pico Rojo	<i>Fulica rufifrons</i>	Negrilo	<i>Melopyrrha nigra</i>
Golondrina de Cuevas	<i>Petrochelidon fulva</i>	Paloma Aliblanca	<i>Zenaida asiatica</i>
Gorrión Doméstico	<i>Passerculus sandwichensis</i>	Paloma Doméstica	<i>Columba livia</i>
Gallinuela Oscura	<i>Cyanolimnas cerverai</i>	Paloma Rabiche	<i>Zenaida macroura</i>
Golondrina de Cola de Tijera	<i>Hirundo rustica</i>	Pitirre Güaitibere	<i>Tyrannus caudifasciatus</i>
Gallinuela de Agua Dulce	<i>Rallus elegans</i>	Primavera	<i>Coccyzus americanus</i>
Halcón de Patos	<i>Falco macropus</i>	Querequeté	<i>Chordeiles gundlachii</i>
Halconcito de Palomas	<i>Falco columbarius</i>	Rana Platanera	<i>Hypsiboas crepitans</i>
Judío	<i>Crotophaga ani</i>	Rana Toro	<i>Lithobates catesbeianus</i>
Lagartija Común	<i>Thecadactylus</i>	Sabanero	<i>Sturnella magna</i>
		Sapo Común	<i>Bufo bufo</i>

Anexos

Lagartija Pequeña	<i>rapicauda</i>	Sijú Cotunto	<i>Gymnoglaux lawrencii</i>
Lagartija verde común	<i>Gonatodes humeralis</i>	Sijú Platanero	<i>Glaucidium siju</i>
Lechuza	<i>Psammodromus microdactylus</i>	Solibio	<i>Icterus dominicensis</i>
Mariposa	<i>Tyto alba</i>	Títere Playero	<i>Charadrius wilsonia</i>
Mayito	<i>Passerina amoena</i>	Tomeguín de la Tierra	<i>Tiaris olivaceus</i>
Tomeguín del Pinar	<i>Agelaius humeralis</i>	Zarapico Real	<i>Tringa semipalmata</i>
Tojosa	<i>Tiaris canorus</i>	Zarapico Solitario	<i>Calidris mauri</i>
Torcaza Cabeciblanca	<i>Columbina passerina</i>	Zarapiquito	<i>Calidris minutilla</i>
Torcaza Cuellimorada	<i>Patagioenas leucocephala</i>	Zorzal Gato	<i>Dumetella carolinensis</i>
Totí	<i>Patagioenas squamosa</i>	Zorzal Real	<i>Turdus pilaris</i>
Verdón de Cabeza Azul	<i>Dives atrovioleceus</i>	Zunzún	<i>Chlorostilbon ricordii</i>
Zarapico Manchado	<i>Vireo solitarius</i>		
	<i>Tringa macularia</i>		

Fuente: Elaborado por el autor.

Anexo 21: Cuantificación de la flora.**Tabla 16:** Cuantificación de la flora.

Nombre común	Nombre científico	Nombre común	Nombre científico
Aguacate	<i>Persea americana</i>	Caimitillo	<i>Micropholis guyanensis</i>
Aguacatillo	<i>Persea caerulea</i>	Caña	<i>Saccharum officinarum</i>
Almendra	<i>Prunus dulcis</i>	Caoba de Honduras	<i>Swietenia macrophylla</i>
Anón	<i>Annona squamosa</i>	Caoba del país	<i>Swietenia mahogani</i>
Baria	<i>Cordia trichotoma</i>	Casuarina	<i>Casuarina equisetifolia</i>
Bejuco Colorado	<i>Cissus verticillata</i>	Cedro	<i>Cedrus</i>
Boniato de costa	<i>Ipomoea batatas</i>	Chicharrón	<i>Comocladia dodonaea</i>
Cactus Tunas	<i>Opuntia vulgaris</i>	Chirimoya	<i>Annona cherimola</i>
Ciruela	<i>Prunus domestica</i>	Mar Pacífico	<i>Hibiscus acetosella</i>
Coco	<i>Cocos nucifera</i>	Marañón	<i>Anacardium occidentale</i>
Ébano Carbonero	<i>Diospyros insularis</i>	Níspero	<i>Manilkara huberi</i>
Fruta Bomba	<i>Carica papaya</i>	Palma Real	<i>Roystonea regia</i>
Galán de Noche		Paraíso	<i>Calluna vulgaris</i>
Guaba de Ingenio	<i>Phytolacca bogotensis</i>	Piña	<i>Ananas comosus</i>
Guayaba	<i>Psidium guajava</i>	Plátano	<i>Musa paradisiaca</i>
Güira	<i>Crescentia cujete</i>	Roble Blanco	<i>Quercus alba</i>
Lengua de Vaca	<i>Opuntia auberi</i>	Sabicú	<i>Lysiloma latisiliquum</i>
Limón	<i>Citrus limonum</i>	Tamarindo	<i>Tamarindus indica</i>
Majagüa	<i>Hibiscus elatus</i>	Tibisí	<i>Olyra latifolia</i>
Malanga	<i>Colocasia esculenta</i>	Yagruma de la Costa	<i>Roystonea stellata</i>
Mamey de Santo Domingo	<i>Mammea americana</i>	Yuca	<i>Manihot esculenta</i>
Mamoncillo	<i>Melicoccus bijugatus</i>		

Fuente: Elaborado por el autor

Anexo 22: Especialistas.

Nombre	Cargo	Centro laboral
MsC. Noel Pérez Rojas	Profesor de la Facultad de Turismo	Universidad Central de las Villas.
MsC. Tania Hernández Gallo	Coordinadora del Grupo de Desarrollo Local	AMPP
Lic. Lilian Rojas Bario	Vicepresidente de Construcción	AMPP. Remedios
Lic. Gleiby Rodríguez Pérez	Vicepresidente de la Economía	AMPP. Remedios
MsC. Geidy Norma Silverio	Recursos Humanos	Cadena Cubanacán. Remedios
MsC. Alexei Rodríguez Alonso	Presidente de la AMPP	AMPP. Remedios
Lic. Yunieski Castellón Rivera	Vicepresidente primero de la AMPP	AMPP. Remedios
MsC. Reynaldo Mendoza Valdivia	Conservador de la Ciudad de Remedios	Oficina del Conservador de la Ciudad de Remedios
Lic. Luis Ángel Menéndez	Gerente	Cubanacán en Remedios.
Lic. Amauri Artze Prieto	Publicista	Cubanacán. Remedios.
MsC. Cesar Tomas Rojas Luis	Ciencia y técnica	INDER
MsC. Humberto Álvarez Ruiz	Abastecimiento	Cubanacán. Remedios

Fuente: Elaboración propia.

Anexo 23: Control de la segunda etapa.**Pertinencia**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy Bien	5	46,7	46,7	46,7
	Excelente	7	53,3	53,3	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

Competividad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy Bien	5	46,7	46,7	46,7
	Excelente	7	53,3	53,3	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

Sostenibilidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy Bien	7	53,3	53,3	53,3
	Excelente	5	46,7	46,7	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

Evaluación de atractivos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy bien	5	49,0		49,0
	Bien	7	51,0	100,0	100,0

Evaluación de actividades

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy Bien	3	26,7	26,7	26,7
	Excelente	9	73,3	73,3	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

Evaluación de servicios

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Bien	1	6,7	6,7	6,7
	Muy Bien	11	93,3	93,3	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

Equipos e infraestructura

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy Bien	5	40,0	40,0	40,0
	Excelente	7	60,0	60,0	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

Anexo 24: Control de la 3ra etapa

Factibilidad

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Excelente	12	100,0	100,0	100,0

Carácter diferenciador

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Muy Bien	3	26,7	26,7	26,7
	Excelente	9	73,3	73,3	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

Orden cronológico de los aspectos

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Excelente	12	100,0	100,0	100,0

Personal de contacto necesario

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Excelente	12	100,0	100,0	100,0

Anexo 25: Control de la 4ta etapa.**Generación de utilidades**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 5	12	100,0	100,0	100,0

Compensación de inversiones

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 4	12	100,0	100,0	100,0

No afecta el medio ambiente

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 5	12	100,0	100,0	100,0

Relación Calidad - Precio

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos 4	3	26,7	26,7	26,7
5	9	73,3	73,3	100,0
Total	12	100,0	100,0	

Anexo 26: Control de la 5ta etapa.

Contar con canales de distribución

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	5	12	100,0	100,0	100,0

Los canales influyen en las ventas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	4	2	20,0	20,0	20,0
	5	10	80,0	80,0	100,0
	Total	12	100,0	100,0	

Posicionamiento

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	5	12	100,0	100,0	100,0