

UNIVERSIDAD CENTRAL “MARTA ABREU” DE LAS VILLAS
FACULTAD INGENIERÍA INDUSTRIAL Y TURISMO
CENTRO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS
LICENCIATURA EN TURISMO



Trabajo de Diploma

**Diseño de la “Ruta del café” en la porción
occidental del Macizo Guamuhaya**

Diplomante: Magalys Daylén García Rodríguez

Tutora: M Sc. Yanet Hernández Aro

Santa Clara

2013

AGRADECIMIENTOS



AGRADECIMIENTOS

A mi mamá por ser mi sostén y la persona que ha compartido conmigo todos mis años de vida.

A mi papá por su gran ayuda y comprensión, sin la cual no hubiese podido terminar esta investigación.

A mi amiga Dalia, por brindarme su apoyo en unos de los momentos que más lo necesité durante la realización de este trabajo.

A mi tutora Yanet Hernández Aro, por su valiosa ayuda como guía indispensable, sin la cual no hubiese podido realizar mi sueño y sobre todo por ser mi amiga y brindarme su apoyo en el plano personal y profesional.

A Alejandro Sosa Piñeiro, Jefe de Operaciones del Complejo Topes de Collantes, quien me brindó su apoyo incondicional para la realización de la investigación de campo tan necesaria y que tanto esfuerzo requirió.

A Eddy, Comercial de Havanatur Habana, por creer en los resultados de esta investigación.

A Yoanqui, mi amigo y compañero de estudios durante estos cinco años por ayudarme a conformar el informe y estar siempre cuando lo necesité.

A Lázaro, mi amigo y compañero de estudios durante estos cinco años, el cual me ayudó mucho, sin su ayuda no lo hubiera conseguido.

A Todos los que de una forma u otra me ayudaron a realizar mi Trabajo de Diploma, pues sin ellos no hubiese sido posible; a todos los profesores que contribuyeron a mi formación profesional durante la carrera y a las nuevas amistades de Topes de Collantes.

RESUMEN/ABSTRACT



RESUMEN

El objetivo general de la presente investigación consiste en diseñar una ruta alimentaria relacionada con la producción cafetalera en la porción occidental de Macizo Guamuhaya ubicado al Centro-Sur de Cuba que permita el aprovechamiento de los recursos naturales e histórico-culturales existentes en la zona, acorde con los objetivos de desarrollo turístico del país y la demanda del mercado. La propuesta se fundamenta en las condiciones excepcionales que presenta la zona para la práctica del turismo rural, que se basan en una legendaria cultura, de profundas tradiciones y costumbres relacionadas con la producción y consumo del café, erigiéndose como una de las principales zonas cafetaleras del país a lo cual se suma su rica diversidad geomorfológica y natural con predominio de especies endémicas de la flora y la fauna. Con este fin fueron analizados varios procedimientos para la creación de productos, seleccionándose finalmente los procedimientos para el diseño de rutas turísticas y de productos turísticos integrados, de Flores (2012) y Machado (2011) respectivamente. El principal valor de la investigación radica en que está en correspondencia con los lineamientos de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución, respondido a la necesidad actual de crear ofertas novedosas sobre la base de la integración de todos los atractivos y componentes de un destino y las nuevas demandas insatisfechas del mercado. Además constituye una fuente de ingresos a la economía nacional y posibilita el desarrollo local de las comunidades rurales involucradas.

ABSTRACT

General objective of present investigation consists of designing an alimentary route linked to coffee production in the western portion of Guamuha Mountains located the center-south area of Cuba, that allows to exploit historical-cultural resources and natural recourses in the area, according to tourist development objectives in the country and demand of the market. The proposal is based on exceptional conditions that this area presents for practicing rural tourism, which are based on a legendary culture with rich traditions and customs related with coffee production and consumption. This area is erected as one of the main coffee areas of the country; in addition it has a great geomorphological and natural variety, with prevalence of endemic species of flora and fauna. With this purpose, several design products procedures were analyzed; finally the procedures for tourist routes design and for integrated tourist products design that belong to Flowers (2012) and Machado (2011) respectively, were selected. The main value of present investigation consists of its concordance with Economic and Social Politics of Cuban State and Revolution, responding to current need of creating novel offers that integrate all attractiveness and components of one destination, and to satisfy new demands of tourist market. Also, it constitutes a source of revenues to national economy and it facilitates local development of i rural communities involved.

ÍNDICE



ÍNDICE	Pág.
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1 INVESTIGACIÓN BIBLIOGRÁFICA SOBRE PRODUCTOS TURÍSTICOS RURALES Y RUTAS ALIMENTARIAS	1
1.1. Introducción	7
1.2. Turismo: definición y características	7
1.2.1. La demanda y la oferta turísticas: definición y tendencias actuales	8
1.3. El destino turístico desde diferentes perspectivas: su definición y tipología	10
1.3.1. Los recursos y los atractivos turísticos	13
1.4. Gestión de marketing de destinos turísticos	13
1.4.1. Análisis del marketing mix	16
1.5. El producto turístico: conceptualización y clasificación	17
1.5.1. El producto turístico rural: las rutas alimentarias	19
1.6. Procedimientos para el diseño de productos turísticos rurales y rutas alimentarias	22
1.7 Conclusiones del primer capítulo	23
CAPÍTULO 2 DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA PORCIÓN OCCIDENTAL DEL MACIZO GUAMUHAYA PARA EL DESARROLLO DE LA RUTA ALIMENTARIA	24
2.1. Introducción	24
2.2. Procedimiento para el diagnóstico de la situación actual de la porción occidental del Macizo Guamuhaya	25
2.3. Resultados de la aplicación del procedimiento seleccionado	26
2.3.1. Análisis del entorno territorial de la porción occidental del Macizo Guamuhaya	26
2.3.2. Inventario de los recursos turísticos	29
2.3.3 Estudio del mercado y la oferta	30
2.3.4. Análisis de la competencia	37
2.3.5. Análisis de las Cooperaciones y Alianzas	40
2.3.6. Análisis de las potencialidades turísticas	41
2.4 Conclusiones del segundo capítulo	42

CAPÍTULO 3 DISEÑO DE LA RUTA ALIMENTARIA DEL CAFÉ EN LA PORCIÓN OCCIDENTAL DEL MACIZO GUAMUHAYA.....	44
3.1. Introducción	44
3.2. Procedimiento para el diseño de la ruta alimentaria del café en el Macizo Guamuhaya	44
3.3. Resultados de la aplicación del procedimiento seleccionado	47
3.3.1. Concepto de la ruta	47
3.3.2. Mapa de identificación de la zona de desarrollo de la ruta.....	50
3.3.3. Identificación y descripción de los sitios promisorios para la ruta	50
3.3.4. Objetivo de la ruta	50
3.3.5. Actividades turísticas principales y complementarias.....	50
3.3.6. Caracterización de la planta turística existente	51
3.3.7. Propuesta de empaquetamiento	51
3.3.8. Requerimientos necesarios para la operación de la ruta.....	53
3.3.9. Definición de estrategias	54
3.3.10. Previsión de gastos e ingresos.....	55
3.3.11. Retroalimentación.....	57
3.4. Conclusiones del tercer capítulo.....	59
CONCLUSIONES	60
RECOMENDACIONES.....	61
BIBLIOGRAFÍA.....	62
ANEXOS.....	68
Anexo 1 Hilo conductor de la investigación	68
Anexo 2 Definiciones de turismo por diversos autores	69
Anexo 3 Conceptos de producto turístico por diversos autores.....	70
Anexo 4 Taxonomía para la selección del procedimiento de diseño del producto turístico	71
Anexo 5 Fichas de jerarquización para evaluar el potencial de los recursos turísticos.....	72
Anexo 6 Indicadores de los asentamientos poblacionales.....	73
Anexo 7 Inventario de los recursos turísticos	74
Anexo 8 Impactos negativos sobre el medio ambiente en la zona	100
Anexo 9 Variables de estudio	101

Anexo 10 Cuestionario diseñado	102
Anexo 11 Entrevista para la validación del cuestionario	103
Anexo 12 Grupo de especialistas seleccionados para la validación del cuestionario	104
Anexo 13 Resultados de la entrevista realizada para la validación del cuestionario .	105
Anexo 14 Nacionalidades de los turistas que mostraron interés en la ruta	106
Anexo 15 Características demográficas y de viaje de los turistas con interés en la ruta.....	107
Anexo 16 Comparación de las motivaciones entre nacionales e internacionales	108
Anexo 17 Comparación de los intereses cognitivos nacionales e internacionales ...	109
Anexo 18: Dendograma de los conglomerados jerárquicos.....	110
Anexo 19 Segmentos de mercados potenciales	111
Anexo 20 Matriz actividades-preferencias (para cada segmento de mercado)	112
Anexo 21 Actividades preferentes según ponderaciones	113
Anexo 22 Análisis de la oferta de rutas alimentarias en países seleccionados	114
Anexo 23 Oferta de recorridos de Turoperadores y Agencias de Viajes	116
Anexo 24 Entrevista semiestructurada dirigida a pobladores	120
Anexo 25 Listado de pobladores entrevistados	121
Anexo 26 Mapa de identificación de la zona de desarrollo de la ruta	122
Anexo 27 Relación entre inventario de recursos- actividades a realizar.....	123
Anexo 28 Mapa de la ruta del café	125
Anexo 29 Plan de acciones para el cumplimiento de las estrategias trazadas.....	126

INTRODUCCIÓN



INTRODUCCIÓN

La actividad turística incide en la generación del Producto Interno Bruto (PIB), balanza de pagos y demás indicadores macroeconómicos de muchos países. A nivel internacional, el turismo representa el 35% de las exportaciones mundiales y más del 70% en los países menos adelantados (Morillo, 2011).

El turismo tiene potencial para promover el crecimiento económico y la inversión a nivel local, lo cual a su vez se traduce en oportunidades de empleo, distribución de rentas y en impulso de otras actividades como la agricultura y artesanía en las localidades receptoras. De acuerdo a su planificación y desarrollo, puede ayudar a los pueblos a salir de la pobreza y a construir mejores vidas.

Por lo tanto, el turismo, hoy en día, necesita del impulso de productos exitosos que fortalezcan el desarrollo de las regiones, productos que sean planificados de manera razonada y donde el uso de los recursos públicos se aplique eficientemente y en beneficio de la misma comunidad receptora (Ochoa, 2012).

Para sustentar la base económica de los países que toman la actividad turística como principal vía de desarrollo, el turismo debe tener una rentabilidad económica y social. Para lograrlo es necesario ofrecer aquello que buscan los consumidores, cuyos intereses a su vez evolucionan a gran velocidad.

Los patrones de consumo e intereses se han flexibilizado, impulsando en el hombre un deseo por conocer y experimentar otras culturas y matices sociales. Los turistas buscan en la actualidad de una u otra manera una experiencia nueva que vivir y contar, personas auténticas con quien compartir, costumbres para conocer y participar, lo que es imposible lograr sin una legítima población receptora (Morillo 2011; OMT, 2006).

Estas tendencias apuntan a favor del desarrollo del turismo en espacios rurales, el cual además de propiciar la diversificación de la oferta, también debe contribuir a elevar el nivel de vida de las comunidades receptoras, sin perderse de vista la sostenibilidad.

El turismo en espacios rurales considera primordialmente la cultura local como un componente clave del producto ofrecido. Uno de sus rasgos distintivos es ofrecer productos a los visitantes, que posibiliten el disfrute del entorno físico y humano de los espacios rurales, así como la participación en actividades tradicionales y estilos de vida de la población (Román et al., 2009 citado en Gonzáles, 2011).

Hoy en día, el turismo rural es una alternativa a nivel mundial, que genera nuevas fuentes de trabajo; permite el aprovechamiento de capacidad y recursos existentes pero ociosos en el establecimiento rural, la preservación del medio ambiente y la retención y ocupación de la población rural en sus lugares de origen (Martínez y Zárate, s.f.).

Sin embargo, esta actividad varía a nivel internacional de acuerdo a las potencialidades típicas de cada uno de los países donde se desarrolla (Montiel, Estévez y Oliveros, 1999).

De acuerdo con Camargo (2003) son varias las actividades y productos turísticos que se pueden desarrollar en el espacio rural, ya sean puramente de ocio o de carácter cultural como el acercamiento a las formas de vida campesina, artesanías y artes locales, la visita a museos, la participación en las labores agropecuarias, la visita a explotaciones agrícolas y las rutas gastronómicas

Las rutas gastronómicas constituyen una de las variedades de productos turísticos que se pueden desarrollar en espacios rurales.

Las rutas gastronómicas o alimentarias como también se denominan, se trazan en torno a un producto clave que caracteriza la ruta y le otorga su nombre, ofreciendo una serie de satisfacciones y de actividades relacionadas con los elementos distintivos de la misma: comida, producción agroindustrial, actividades rurales, entretenimientos en la naturaleza y actividades propias de la cultura regional (Barrera y Bringas, 2009).

En países de América Latina y del Caribe las rutas alimentarias han contribuido a mejorar los niveles de vida de las comunidades locales y han servido como un instrumento de desarrollo económico tanto para dichas comunidades como para países en vías de desarrollo.

En Cuba desde su inserción en la industria turística internacional, los productos ofrecidos se han caracterizado por explotar sobre todo los recursos existentes en espacios de litoral y urbanos, sobre todo sus elementos más tangibles.

Existen actualmente, muy escasas ofertas asociadas a la práctica del turismo en espacios rurales a lo largo y ancho del país. Solo se llevan a cabo algunas actividades pero más bien vinculadas al turismo de naturaleza.

El turismo en espacios rurales no se considera un fenómeno nacional ni siquiera regional en Cuba. Tampoco se ha logrado la vinculación de las entidades locales al desarrollo de

esta actividad. En la mayoría de los casos por falta de conocimientos sobre cómo concebir y gestionar la actividad turística. (Montiel, Estévez y Oliveros, 1999)

Sin embargo, en los últimos años se ha evidenciado el crecimiento del flujo de turistas hacia el país con otros motivos que no son meramente el turismo de sol y la playa y el turismo histórico-cultural, sino que gustan de interactuar con las comunidades locales y conocer el modo de vida y el entorno que las rodea.

No obstante con la aprobación de los Lineamientos de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución (2011) el país se trazó la meta de desarrollar el turismo rural, como una vía para diversificar la oferta turística de modo que constituya una alternativa de ingreso de divisas a la economía nacional, lo que consta en el Lineamiento 264. Además, actualmente se lleva a cabo la actualización de la Resolución Conjunta de Turismo de Naturaleza (1999), de los ministerios de Turismo, Ciencia, Tecnología y Medio Ambiente (CITMA) y Agricultura, en correspondencia con el desarrollo alcanzado y sus proyecciones

La región central cuenta con una diversa gama de recursos turísticos con potencial para ser convertidos en atractivos para el visitante, mediante su puesta en valor y responder a la política económica del país en materia de turismo rural; destacándose el Escambray o Macizo de Guamuhaya con una extensión territorial de 1642,4 km². Es el tercer sistema montañoso en importancia de la isla de Cuba y el más importante de la región central.

La porción occidental del Macizo Guamuhaya se destaca por su exuberante vegetación; especies de la flora y fauna autóctonas, como el tocororo, ave nacional de Cuba; grandes sistemas de cuevas; paisajes de gran valor turístico con valles como el de Jibacoa y ríos con saltos de agua y terrazas fluviales, así como comunidades rurales con una cultura auténtica y Paisajes Naturales Protegidos (PNP) como el de Topes de Collantes (Colectivo de autores, 2011).

Además, esta zona es reconocida a nivel nacional por el cultivo del café, que crece en abundancia en las cuestas de las montañas, constituyendo una de las actividades económicas fundamentales.

No obstante, la dependencia económica de los asentamientos al cultivo de café se convierte en uno de los principales problemas socioeconómicos de la zona (Llanes y Pretel, 2011).

A ello se suma las pocas o casi nulas alternativas capaces de generar empleo y fuentes de ingresos para la población local. En este sentido se señala la actividad turística, pues a pesar de las potencialidades que encierra la región para la práctica del turismo, particularmente de una ruta alimentaria en torno al café; no se han desarrollado productos que permitan la puesta en valor e integración de los recursos y atractivos existentes y que destaque el papel de las comunidades como protagonistas de la actividad turística en la zona.

Solo se han creado ofertas de recorrido que transitan visitando recursos muy puntuales, ajenas a las comunidades, por lo que se trata de una región poco explotada.

En la bibliografía estudiada se han consultado diferentes procedimientos y metodologías para el diseño de productos turísticos, algunos orientados específicamente a rutas turísticas. Sin embargo se hace necesario analizar cada uno de ellos, con el fin de lograr la aplicación de un procedimiento adecuado, en función de las condiciones y características propias de la zona rural objeto de estudio.

Todos estos elementos constituyen la **situación problémica** de la investigación.

A partir de la problemática anterior se define como **problema de investigación** la siguiente afirmación: Inexistencia de un producto turístico que permita el aprovechamiento de las potencialidades de la porción occidental del Macizo Guamuhaya con relación a la producción cafetalera.

Se define como **objeto de la investigación**: Producto turístico asociado al café en la porción occidental del Macizo Guamuhaya.

Para dar solución al problema planteado se formula la siguiente **hipótesis de investigación**:

Si se diseña una ruta alimentaria en torno a la producción cafetalera, se contribuye al aprovechamiento de las potencialidades turísticas de la porción occidental del Macizo Guamuhaya, logrando la integración de la diversidad de atractivos turísticos y la participación de la comunidad como principal actor del proceso.

Para la operacionalización de la hipótesis se trabaja a partir de la **variable independiente**: Ruta alimentaria en torno a la producción cafetalera en la porción occidental del Macizo Guamuhaya y la **variable dependiente**: Aprovechamiento de las

potencialidades turísticas de la zona; integración de la diversidad de atractivos turísticos y participación de la comunidad como principal actor del proceso.

Por lo tanto se propone como **objetivo general**: Diseñar una ruta alimentaria en torno a la producción cafetalera en la porción occidental del Macizo Guamuhaya que contribuya al aprovechamiento de las potencialidades turísticas de la zona.

Para dar cumplimiento al objetivo general se definieron los siguientes **objetivos específicos**:

1. Analizar los principales fundamentos teóricos metodológicos relacionados con el desarrollo de productos turísticos en espacios rurales, particularmente con el diseño de rutas alimentarias.
2. Diagnosticar la situación actual de la porción occidental del Macizo Guamuhaya en función del desarrollo de la ruta alimentaria.
3. Diseñar la ruta alimentaria en torno a la producción cafetalera en esta zona, sobre la base de un procedimiento científico adecuado a las particularidades de este tipo de producto.

Dentro de los principales **métodos y técnicas** utilizadas para el desarrollo de la investigación, se pueden mencionar: métodos del nivel teórico como el análisis-síntesis, el histórico-lógico, el inductivo-deductivo y métodos del nivel empírico como la observación directa, entrevistas a especialistas y pobladores del espacio rural en cuestión y el método de estudio documental, así como otras técnicas de trabajo en grupo para la concepción del producto turístico en la zona objeto de estudio.

La **novedad de la investigación** consiste en que por vez primera se diseña una ruta alimentaria del café en la porción occidental del Macizo Guamuhaya a través de la aplicación de un procedimiento científico, para contribuir al aprovechamiento de las potencialidades turísticas de la zona, teniendo en cuenta la integración de la diversidad de atractivos turísticos y la participación de la comunidad como principal actor del proceso.

El resultado que aporta la amplia revisión y análisis bibliográfico, a partir de la consulta de literaturas nacional e internacional más actualizadas sobre el producto turístico rural y las rutas alimentarias, brinda una fuente de consulta para futuras investigaciones sobre

dicha temática y permite sugerir futuros estudios; lo cual se considera el **valor teórico** de la presente investigación.

Desde el punto de vista **metodológico** su valor radica en el diseño una ruta sobre la base de un procedimiento científicamente fundamentado, ajustado a las particularidades de este tipo de producto y a las condiciones propias de la zona objeto de estudio, logrando integrar un conjunto de técnicas y métodos.

El **valor práctico** radica en el beneficio que genera para la zona rural, poder contar con una nueva actividad que contribuya a dinamizar la economía local, también en la utilidad que reporta el procedimiento aplicado para el diseño del producto pues permite la evaluación de los resultados desde el punto de vista económico, social y ambiental.

La estructura del trabajo consta de tres capítulos. En el primer capítulo se define y caracteriza la actividad turística así como las principales tendencias de la demanda y la oferta; se aborda la gestión de marketing de destinos turísticos y las características del producto turístico, profundizando en las particularidades del producto turístico rural y en el diseño de rutas. En el segundo capítulo se realiza un diagnóstico de la situación actual de la zona objeto de estudio partiendo de un estudio de mercado con el fin de evaluar las potencialidades para el desarrollo de la actividad turística. En el tercer capítulo se aplica el procedimiento seleccionado para el diseño de la ruta alimentaria.

Luego se plantean las principales conclusiones y recomendaciones de la investigación, así como las referencias bibliográficas, organizadas según la norma Harvard (2011), y finalmente se exponen un conjunto de anexos.

Para el desarrollo de esta investigación se han consultado diferentes fuentes bibliográficas clásicas de autores como Bigné, Cooper, Kotler y Serra; y actuales que comprenden libros, sitios web, revistas nacionales e internacionales. Además se analizaron informes, manuales y documentos de las oficinas de Planificación Física y del CITMA, Sancti Spíritus; Flora y Fauna, Villa Clara y de la Dirección de Protección al Medio del Complejo Topes de Collantes, así como documentos pertenecientes a otras entidades locales.

*CAPÍTULO 1 INVESTIGACIÓN BIBLIOGRÁFICA SOBRE
PRODUCTOS TURÍSTICOS RURALES Y RUTAS ALIMENTARIAS*



1. INVESTIGACIÓN BIBLIOGRÁFICA SOBRE PRODUCTOS TURÍSTICOS RURALES Y RUTAS ALIMENTARIAS

1.1. Introducción

El análisis teórico referencial es un estudio acerca del tema de investigación, en el que se trata de abordar la mayor y más actualizada información existente al respecto, con el fin de conocer y registrar los criterios de diferentes autores que desde posiciones disímiles han abordado la temática objeto de estudio, permitiendo sustentar desde el punto de vista teórico metodológico, las bases que permiten validar los resultados que se esperan obtener en la investigación (Moya, 2009).

De ahí que, el objetivo del presente capítulo sea realizar un análisis de los diversos aspectos teóricos de la actividad turística tales como: las definiciones y características del turismo, la demanda y la oferta turísticas con sus tendencias actuales, las diferentes conceptualizaciones de destinos turísticos, el marketing de destinos, los productos turísticos rurales y las rutas alimentarias, hasta llegar al análisis de los procedimientos para el diseño del producto turístico (ruta), permitiendo así encaminar la investigación, siguiendo un hilo conductor (**Anexo 1**), de forma correcta hacia el cumplimiento de los objetivos planteados.

Se tuvieron en cuenta diferentes métodos y técnicas para la recopilación de información secundaria y terciaria, tales como: el análisis-síntesis, el histórico-lógico y el inductivo-deductivo.

1.2. Turismo: definición y características

El turismo ha sido abordado por diversos estudiosos de la actividad a lo largo del tiempo (**Anexo 2**), los cuales han ido aportando elementos de gran valor para la conceptualización de la misma, tal es el caso de: Ascanio (2010), Cooper (2007), Hunziker y Krapf (1942) citado en Asacanio (2010), Martín (2006); Goeldner y Ritchie (2009) y Wall y Mathieson (2006) citados en Monterrubio (2009).

En su mayoría coinciden en que el turismo implica el viaje o desplazamiento de un individuo fuera de su lugar de residencia habitual con carácter temporal, sin embargo existen diversidad de criterios.

Para Martín (2006) el turismo es *el conjunto de fenómenos y relaciones económicas, psico-sociológicas y medioambientales que se generan entre las entidades vinculadas a*

los viajes desde el lugar emisor, las entidades proveedoras de servicios y productos en el lugar de destino, los gobiernos de los lugares emisores-receptores y las comunidades locales de acogida.

Por su parte Cooper (2007), lo define como *el desplazamiento o viaje temporal de personas hacia diversos lugares o destinos fuera de su lugar de residencia habitual, el cual incluye la realización de actividades no remuneradas en dicho destino.*

Desde un enfoque social, Ascanio (2010), plantea que *el turismo no existe sino está presente la comunidad receptora o de acogida, es decir el anfitrión. Es la ciencia que se ocupa de los fenómenos que pueden elevar o no la calidad y el género de vida de una determinada comunidad que tiene el rol de anfitrión.* Para este autor la interdependencia entre anfitrión y visitante es un elemento fundamental.

Ciertamente el turismo puede ser analizado como una disciplina que abarca tanto la esfera económica como social de un país o región.

La característica que lo diferencia de los restantes sectores económicos, se trata de que el resultado de su "producción" se manifiesta solo al momento de su "consumo" (Rodríguez, 2000).

Posee además las restantes características de los servicios: intangibilidad inseparabilidad y variabilidad.

La actividad turística se caracteriza también, por el carácter estacional de la oferta y la demanda. Posee además un efecto multiplicador que se evidencia en la cadena de relaciones con otros sectores de la economía, tanto del ámbito de la producción como de la distribución y del ingreso (Rodríguez, Martín y Ayala, 2000; Calderón, 2005).

La evolución del sector turístico de modo general, ha permitido la incorporación paulatina de modalidades, muchas de ellas en espacios de interior y en el medio rural. Las razones son varias, pero el factor determinante viene de la mano de las nuevas preferencias de la demanda (Cebrián, 2008).

1.2.1. La demanda y la oferta turísticas: definición y tendencias actuales

Varias son las definiciones de demanda turística dada por diversos autores. A los efectos de la presente investigación, se acepta el concepto dado por Rigol (2008), quien la define como: *los consumidores actuales y potenciales que desean, pueden y están dispuestos a disfrutar el conjunto de facilidades, atractivos, actividades, bienes y/o*

servicios turísticos en función del precio y su renta, en lugares distintos al sitio de trabajo y residencia habitual durante un cierto período de tiempo.

La demanda turística ha venido manifestando nuevos hábitos de consumo que enmarcan sus tendencias actuales. Cobra cada vez un mayor protagonismo el contacto con la naturaleza, y muchos turistas optan por los espacios rurales, para cubrir sus motivaciones y sensaciones que los destinos tradicionales ya no son capaces de satisfacer (Cebrián, 2008).

Aparecen nuevos hábitos entre los consumidores, que explican la incorporación de modalidades, caracteres y formas alternativas de organización del turismo. Desciende la estancia media y se incrementa el número de viajes, llegando a presentarse una cierta unificación entre ocio y turismo.

Cada vez tiene una mayor importancia la gastronomía, las compras o la salud como motivación y se incide en lo que se denomina "nuevo turismo" marcado por la segmentación de los mercados, el desarrollo sostenible, el uso de las nuevas Tecnologías de la Información y las Comunicaciones y el nuevo perfil del turista: más experimentado, exigente, sensibilizado y formado.

Por otra parte, existen otros mercados que no son tan sensibles al precio, y que están dispuestos a pagar más. Son los clientes de los viajes temáticos o de interés especial. Para dichos clientes, el sol y la playa se sitúan al final de su lista de motivaciones. Las rutas temáticas son una muestra de los productos que actualmente demandan estos clientes.

La sofisticación del cliente ha tenido tal impacto en el desarrollo de los productos de toda la industria turística, que no solo ha aparecido un nivel de exigencia mayor en cuanto a los estándares de diseño, eficiencia y seguridad de los productos, sino también un mayor nivel de crítica hacia el producto; pues el consumidor turista tiene la experiencia necesaria para comparar lo que le ofrecen unas u otras compañías (Cooper, 2007).

Además se han venido desarrollando valores en los consumidores en cuanto a la protección del medio ambiente, la autenticidad y la comunidad residente. Estas nuevas tendencias hacen que cada vez se haga más necesario crear productos novedosos que ofrezcan experiencias y vivencias únicas y que resalten la identidad propia del lugar visitado.

Según Rodríguez (2000) la oferta turística puede definirse como *el conjunto total de actividades indispensables para hacer posible la prestación de los bienes y servicios que se requieren para la satisfacción de las necesidades que se manifiestan en el consumo turístico.*

La necesidad de que la oferta turística adquiriera un carácter más dinámico y activo en la sociedad contemporánea es aceptada por (Machado, 2011), cuando plantea que toda esta situación de transformación en la demanda actual conlleva a modificar la oferta también.

Por lo que no se considera suficiente el hecho de mostrar algo, sino que además se hace necesario transmitir una experiencia, lo que conlleva a la conformación de productos turísticos que respondan a las necesidades y cambios del mercado y posibiliten desarrollar nuevos destinos turísticos con tendencias a: la búsqueda de actividades deportivas, recreativas, culturales, de conocimiento histórico o de naturaleza y la personalización de la contratación gestión y posventa del producto turístico (Machado, 2011).

Todos los elementos antes mencionados pueden sintetizarse en la *necesidad de desarrollar un turismo activo, responsable, diversificado y de calidad.*

El análisis hasta aquí realizado, lleva a reflexionar sobre el conjunto de relaciones que se establecen entre los diferentes componentes que forman parte de la actividad turística en un espacio geográfico determinado: el destino turístico.

1.3. El destino turístico desde diferentes perspectivas: su definición y tipología

Son varios los autores que han dado su definición de destino turístico, algunos lo han definido con marcado carácter localista, centrandó sus definiciones únicamente en el espacio geográfico donde tiene lugar la experiencia turística, con lo cual concuerdan autores como Bigné, Font y Andreu (2000) cuando plantean que tradicionalmente, los destinos se consideraban como una zona bien definida geográficamente, como un país, una isla o una ciudad.

En este sentido, la OMT (1998) distingue entre espacio, municipio y destino turístico, considerando este último como *aquel lugar hacia donde tiene que desplazarse la demanda para consumir el producto turístico.*

De modo similar, Bull (1994) citado en Calderón (2005) define el destino como la *ciudad, región o país hacia el que se dirigen los visitantes, teniéndolo como su principal objetivo*. Esta primera perspectiva, concibe al destino turístico única y exclusivamente como una zona o área geográfica que se encuentra perfectamente delimitada.

Desde un enfoque más amplio, basado en la oferta del propio destino turístico, este puede definirse como “un paquete de facilidades y servicios turísticos que está compuesto por múltiples atributos que de forma conjunta determinan su atractivo” (Hu y Ritchie, 1993 citado en San Martín, 2005) o, en términos de Cooper (2007), como “la concentración de instalaciones y servicios diseñados para satisfacer las necesidades de los turistas”.

En este contexto, el destino turístico está integrado por la combinación de diferentes actividades, eventos, productos y servicios que, a juicio de Molina (2012), pueden agruparse bajo dos categorías: recursos del destino turístico –naturaleza o monumentos, entre otros–, y su oferta básica y complementaria: entretenimiento, restauración o eventos culturales, entre otros.

De forma paralela, y bajo la consideración del destino como una marca, Ruiz, Olarte e Iglesias (1999) citados por San Martín (2005) establecen que este último se configura como una “agrupación multiactividad que compite sobre la base de una estrategia de cooperación espacial ofertando productos turísticos integrados que resulta evaluada y juzgada por el turista potencial”.

Por tanto, el destino turístico no se encuentra definido sólo por varios límites de naturaleza geográfica, tal y como asegura el primer enfoque, sino también por la oferta de distintos productos y servicios al turista.

Por último, bajo una perspectiva más enriquecedora, diversas aproximaciones dotan al concepto de destino turístico de un importante contenido subjetivo. Más concretamente, otorgan mayor relevancia a la experiencia personal del turista en su delimitación.

Tal es el caso de Bigné, Font y Andreu (2000), quienes definen los destinos como “combinaciones de productos turísticos que ofrecen una experiencia integrada a los turistas”. De modo similar, Murphy, Pritchard y Smith (2000) citado en San Martín (2005) consideran el destino turístico como una auténtica “amalgama de productos individuales

y oportunidades que se combinan para formar una experiencia total dentro del área visitada por el turista”.

Finalmente, Gunn (2002) expresa que el producto destino es una “experiencia compleja que resulta de un proceso donde los turistas usan múltiples servicios turísticos durante el curso de su visita”.

Por lo tanto el destino turístico debe ser abordado desde una posición integradora para lograr un desarrollo turístico equilibrado de modo que sea identificado como un producto global capaz de satisfacer las necesidades actuales de la demanda turística.

Los autores como Bigné, Font y Andreu (2000) reconocen que un destino puede ser percibido e interpretado subjetivamente por los consumidores, en función de su itinerario de viaje, formación cultural, motivo de la visita, nivel de educación y experiencia previa.

Según estos autores existen cuatro tipos de destinos turísticos, los cuales son clasificados en función de la distribución de recursos y su utilización por los turistas, ellos son: el **destino único** donde el destino visitado tiene diversas actividades para realizar y los turistas podrían no desear visitar otro lugar más; **el destino como sede central y visita a los alrededores**, cuando los turistas viajan a un destino específico, que será el centro de las operaciones; **el circuito**, cuando viajan a un destino y deciden ver diversos lugares desplazándose de uno a otro, en vez de volver siempre al mismo centro y **“el viaje en ruta”** que implica unas vacaciones con diversas paradas, pero no todas en el mismo destino específico.

Desde un enfoque sistémico Rodríguez, Martín y Ayala (2000) reconocen al destino turístico como *una unidad o entidad, que engloba diversos recursos turísticos e infraestructuras, formando un sistema.*

Para ellos la definición de destinos dentro de una región depende además del número de recursos concentrados, del posicionamiento del destino (su imagen respecto a otros destinos competidores) así como del comportamiento de los turistas.

Los países y lugares dentro de ellos, que actúan como receptores no son iguales en todas partes. Sus características naturales, grado de urbanización, la infraestructura que poseen y el tipo de instalaciones predominantes, entre otros elementos, establecen sus diferencias.

Por otra parte, Nácher y García (2004) citados en Martín (2006) y Ochoa et al. (2012) plantean que el viaje de ida a un destino y la estancia, responden a la motivación generada por la existencia de atractivos localizados en sitios concretos a los que vale la pena viajar, por lo que se impone analizar la esencia de los mismos.

1.3.1. Los recursos y los atractivos turísticos

Un recurso turístico es aquel elemento **natural** o **antrópico**, o sea, construido por el hombre; que puede convertirse en atracción para determinado segmento de mercado turístico y de hecho, es la materia prima del producto turístico, y que junto a la infraestructura turística conforma el escenario turístico de una región o país determinado (Martín, 2006).

Los recursos antrópicos o creados por el hombre son de dos grandes tipos: los vinculados a la sociedad, la historia y la cultura y los vinculados a la tecnología viva.

El uso de recursos con fines turísticos está limitado por varias condicionantes como la capacidad de carga o resistencia del recurso sin dañarse irreversiblemente, la seguridad física y sanitaria que ofrece a los visitantes y su transformación en producto turístico y posteriormente, en oferta turística para su comercialización.

No obstante, la simple existencia de recursos naturales o culturales no implica que sea posible practicar cierto tipo de actividades y atraer turistas de manera inmediata. Para que los recursos se conviertan en atracciones turísticas es necesario un cierto grado de desarrollo que los haga atractivos, accesibles y visitables.

Los atractivos turísticos están determinados esencialmente por los recursos. Los atractivos se destacan por su *poder de atractividad* de los flujos turísticos. Un destino turístico puede tener atractivos, según su importancia, de nivel local, de nivel nacional o de nivel internacional (Martín, 2006).

La necesidad de aprovechar los recursos y atractivos con los que cuenta un destino turístico, conlleva a una adecuada gestión de marketing como elemento decisivo para su explotación.

1.4. Gestión de marketing de destinos turísticos

De acuerdo con Serra (2003) el marketing aporta una forma distinta de concebir y ejecutar la función comercial o relación de intercambio entre dos o más partes. El marketing es, por consiguiente, tanto una filosofía como una técnica (Figura 1).

La misión del marketing consiste en identificar necesidades y deseos insatisfechos de los consumidores, definir y calibrar su magnitud, determinar cuáles son los mercados objetivos que la empresa puede servir mejor, decidir qué productos o servicios son los más apropiados para servir esos mercados y conseguir que cada persona dentro de la organización o empresa piense en «cómo servir mejor al cliente.

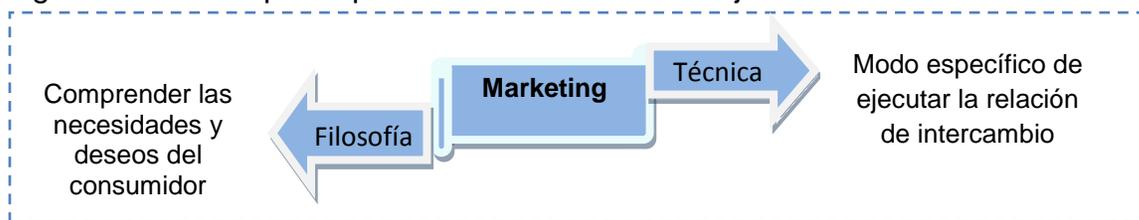


Figura 1 El Marketing como filosofía y técnica

Fuente: Elaborado por el autor a partir del concepto de marketing dado por Serra (2003).

El marketing puede ser definido además, como el proceso social y de gestión a través del cual los individuos y los grupos obtienen lo que necesitan y desean, mediante la creación, oferta e intercambio de productos con valor para otros (Bigné, Andreu y Font, 2000; Kotler et al. 2004).

En el campo empresarial este concepto comprende una serie de actividades interrelacionadas entre sí, tendientes no sólo a satisfacer la demanda del mercado, sino a cubrir los objetivos fijados; por tanto se refiere a la actividad que tiene como fin primordial y último la consecución de las metas organizacionales (Muñiz, 2008).

En la actualidad se desarrolla el denominado *marketing colaborativo o inverso*, en el que se considera la relación con el cliente como una colaboración; donde ambos (cliente y empresa) se asocian para crear una experiencia conjuntamente.

Por lo tanto, el marketing más que una filosofía o una simple actividad de intercambio; se concibe como una actitud mental donde se busca satisfacer los deseos y las necesidades de los clientes por encima de sus expectativas (Machado y Cuevas, 2007).

Por otra parte, las características diferenciales de los servicios que caracterizan al sector turístico con respecto a los productos tangibles son el principal motivo que justifica un marketing específico para ellos (Serra, 2003).

Estas diferencias se concretan en la intangibilidad, inseparabilidad, variabilidad y caducidad, estacionalidad, fluctuaciones de demanda, interdependencia y elevados costos fijos en comparación con los variables (Serra, 2003; Colina, 2006).

Por lo tanto, el marketing de servicios, en general, tiene determinados aspectos distintivos con respecto al marketing de bienes tangibles. Dichos aspectos distintivos son comunes con el *marketing turístico*.

De ahí que la gestión de marketing turístico requiera de estrategias adaptadas, buscando una correlación entre la actividad comercial de la empresa con las necesidades y expectativas de los consumidores de servicios.

Diversos son los autores que han abordado el término de marketing turístico. Para Acerenza (2003) el marketing turístico es una especialidad dentro del marketing de servicios, en cambio Serra (2003) va más allá cuando plantea que el marketing abarca: aquello que puede ofrecer la empresa turística así como el destino, qué grupos tendrían la posibilidad de ser atraídos, como traer la mayor cantidad de turistas posibles de acuerdo con la capacidad de acogida con que se cuente que se queden el mayor tiempo posible y realicen la mayor cantidad de gastos voluntariamente, en función de las atrayentes ofertas que existan.

Por su parte Hernández (2010) da una definición más precisa, cuando plantea que el marketing turístico es *el conjunto de acciones realizadas por las empresas turísticas para prever los deseos y necesidades de los turistas, mediante el análisis del mercado, y tratar de satisfacerlas a plenitud, garantizando con éxito la comercialización de bienes y servicios turísticos, previamente planificados y distribuidos con el fin de obtener una rentabilidad*.

Desde una perspectiva social, Molina (1012) lo cataloga como *la actividad humana que adapta de forma sistemática y coordinada las políticas de las empresas turísticas privadas o estatales en el plano local, regional, nacional e internacional, para la satisfacción óptima de las necesidades y los deseos de determinados grupos de consumidores y lograr el adecuado beneficio a través de la facilitación de la comercialización de bienes y servicios turísticos*.

A los efectos de la presente investigación se asume la definición dada por Hernández (2010) pues hace referencia al marketing turístico enfocado en acciones por parte de la empresa, lo cual está muy a tono con la investigación en cuestión.

Por otra parte el marketing de destinos tiene como finalidad no solo incrementar el número de visitas, sino lograr la satisfacción de las necesidades de los turistas y la

comunidad local. En las condiciones actuales, el marketing de destinos debe estar enfocados hacia el mercado y la competencia, y propiciar la generación de ingresos en función de los recursos utilizados para la producción y desarrollo de los productos turísticos, así como la regeneración de estos recursos (Acerenza, 2003 ; Bigné, Andreu y Font, 2000).

Asimismo, debe actuar como herramienta para conseguir ciertos *objetivos estratégicos*, relevantes para satisfacer dichas necesidades y deseos de los turistas y la comunidad local.

El marketing estratégico orienta las actividades a mantener o aumentar sus ventajas competitivas, a través de la formulación de objetivos y estrategias orientadas al mercado (Bigné, Andreu y Font, 2000; Muñiz, 2008).

El reto para las organizaciones que gestionan el destino es por tanto, ofrecer el liderazgo en el desarrollo de productos innovadores y crear asociaciones locales para el desarrollo de nuevas experiencias que se orienten en la línea del marketing estratégico del destino. Una vez decidida la estrategia de marketing, los destinos tendrán que desarrollar su marketing mix. Esto permitirá acercarse a cada segmento de mercado con una variedad de ofertas y proponer una solución integrada a las necesidades y deseos de los consumidores.

El desarrollo del marketing mix para un destino depende de su naturaleza, sus mercados objetivo y el entorno que lo rodea; además deben considerarse los principios básicos que sirven de guía a los organismos implicados en la gestión del destino, con el fin de diseñar el marketing mix más apropiado.

1.4.1. Análisis del Marketing Mix

El marketing mix es la combinación de los diferentes recursos e instrumentos comerciales de los que dispone la organización para alcanzar sus objetivos. El modelo de marketing mix más extendido es el de las "cuatro pes": producto (product), precio (price), distribución (place) y comunicación (promotion) (Bigné et al. 2000 y Serra, 2003). Su horizonte temporal de actuación se limita al corto y medio plazo, y sus acciones se ven restringidas por el presupuesto de la organización.

El **producto** es la primera de las variables del marketing mix; dominar las características del producto turístico es vital para una política de mercadotecnia. Saber presentar el

producto, ofertarlo en el momento oportuno, combinarlo, relanzarlo bajo nuevas condiciones, crear nuevos productos, forman parte de los aspectos a considerar en el mix del producto turístico (Machado, 2011).

El producto constituye la base de todo el sistema de marketing, tener un diseño de producto adecuado, es la actividad más importante.

El **precio** es una variable táctica, que permite actuar sobre ella en el corto plazo; además es el único elemento en la mezcla de mercadotecnia que produce ingresos, las otras variables representan costos.

La **distribución** o canales de marketing son el conjunto de organizaciones interdependientes implicadas en el proceso de hacer que el producto o servicio turístico esté disponible para su uso o consumo.

El mix de **comunicación** está integrado por la publicidad, las relaciones públicas, la promoción y la venta personal. La comunicación supone transmisión de información del vendedor a los compradores potenciales, cuyo contenido se refiere al producto o la empresa que lo produce (Machado, 2011).

1.5. El producto turístico: conceptualización y clasificación

El producto turístico constituye la variable de marketing a la que más atención se le ha prestado, tanto en el ámbito académico como en la gestión de las entidades turísticas (Martínez, 2010).

El producto turístico es en términos generales una promesa de prestación de servicios en un tiempo concreto y en un entorno determinado (Calderón, 2005).

Un elemento fundamental en la consideración del producto turístico es la “continuidad” o “discontinuidad” del mismo es decir, en la diferencia de percepción del producto turístico por parte del consumidor y por parte del oferente del mismo.

El consumidor normalmente tiende a plantear una *perspectiva global u holística* con independencia de que existan distintos oferentes, mientras que el oferente tiende a contemplar tan solo su porción de producto.

Esto se debe a que el mercado turístico se estructura como una organización compleja integrada por toda una serie de organizaciones, cuya orientación básica es ofrecer bienes y servicios a las personas y grupos de personas considerados como turistas y excursionistas.

Este desajuste de percepciones del lado de la oferta y del lado de la demanda, conlleva a plantear el análisis de los productos turísticos desde una *doble perspectiva*, de una parte como agrupamiento de productos complementarios o paquete *completo*, que el consumidor turista considera un único producto y lo obtiene mediante una única adquisición y de otra parte como productos individuales que aunque sean complementarios vienen considerados como distintos y separados por el adquirente en su decisión de compra (Bull, 1994 citado por Calderón, 2005).

No es sencillo definir el producto turístico por la variedad de acepciones existentes en la literatura consultada, entre las que figuran: Acerenza (2001) citado en Morillo (2012) , Cárdenas (2008) citado en Ochoa et al. (2012), Ogando et al. (2006) citado en Flores (2012), Pike (2008) citado en Ramos (2011), Ramírez (2006) citado en Morillo (2011) , Serra (2003) y Trauer (2006) citado en Morillo (2012) (**Anexo 3**).

Según los autores consultados se puede afirmar que el producto turístico es el *conjunto de elementos tangibles e intangibles que permite la realización de una serie de actividades sobre la base del uso y disfrute de los recursos y atractivos turísticos locales, con el fin de satisfacer las necesidades del mercado, siendo esto posible gracias a la existencia de servicios de alojamiento, restauración y transporte así como las vías y medios para llegar al destino receptor.*

A pesar de que son acertadas estas definiciones, se hace imprescindible señalar que la dinámica del sector turístico ha ido incorporando nuevos elementos necesarios a tener en cuenta para lograr la satisfacción de las necesidades de la demanda y superar sus expectativas, a la vez que la diferenciación en la oferta constituye el elemento clave de éxito (Machado 2011).

Al mismo tiempo ha de ser lo suficientemente flexible como para satisfacer las necesidades de los actuales clientes, mucho más activos y con interés por socializarse e implicarse con el destino y tener en cuenta que el producto no constituye la finalidad, sino el medio para alcanzar el fin: la satisfacción de una determinada necesidad del consumidor (Serra, 2003 y Machado, 2011).

En ocasiones muchos plantean, que el producto turístico es equivalente a la oferta del destino sin tener en cuenta que la oferta turística es un concepto mucho más amplio (Martín, 2006).

Perelló (2001) señala que los productos turísticos para convertirse en la oferta deben pasar por los procesos de fijación de precios, definición de canales de distribución y comunicación.

Las dimensiones del producto turístico han sido abordadas por varios autores. No obstante el criterio que adopta Serra (2003), con el cual coincide Calderón (2005) logra reflejar con claridad, de forma más concreta y clara estos niveles, definiendo al producto turístico en un primer nivel básico, un segundo nivel tangible y por último en el nivel aumentado.

Siguiendo la perspectiva del marketing y con el fin de comprender mejor la esencia de los productos turísticos, Martín (2006) establece para clasificarlo, tres grandes grupos: los viajes, las instalaciones y los territorios.

Por otra parte, los productos turísticos comúnmente son denominados modalidades turísticas y son definidas a partir de las motivaciones de la demanda y de las actividades que realizan (Martín, 2003).

Actualmente, en función a los cambios de la forma de consumo de la demanda turística, se han desarrollado nuevas modalidades que anteriormente no existían o que movían pequeños volúmenes de turistas, tal es el caso del *turismo en espacios rurales*.

1.5.1. El producto turístico rural: las rutas alimentarias

El producto turístico rural es un producto autóctono, porque en él se encuentran elementos que son únicos y exclusivos de lo rural y que permite que se desarrolle toda una estrategia de actuaciones en el medio rural (Bravo et al., 2009).

El producto turístico rural es básicamente, la promesa de utilización del entorno natural y antrópico, combinado con la prestación de servicios básicos y/o complementarios, en un tiempo determinado (Calderón, 2005).

Una serie de componentes configuran el producto turístico rural, tales como el patrimonio natural, el patrimonio histórico cultural, el patrimonio étnico antropológico, las infraestructuras, el equipamiento de la zona en cuestión, los transportes, y toda la serie de dotaciones que espacialmente consideradas confluyen en el territorio.

Tales componentes tienden a su vez, a condicionar los elementos esenciales del producto turístico rural: *el binomio básico recursos + servicios y equipamiento*, los cuales

al combinarse con las demás *variables del marketing mix*, conforman la oferta turística rural.

Según los autores Montiel, Estévez y Oliveros (1999), el turismo rural aún no cuenta con una definición universalmente aceptada, sino que existen tres tendencias a la hora de concebir el turismo rural, una primera tendencia que lo concibe *desde una óptica socioeconómica* exclusivamente, una segunda tendencia que lo concibe *desde una óptica ambientalista, de conservación y protección* y una tercera tendencia que lo concibe como *una simple delimitación geográfica*, haciendo énfasis en términos equivalentes como zona rural, espacio rural o medio rural.

De modo similar, (Flores, 2007) plantea que para el turismo rural no existe una definición absoluta y válida en los diferentes países e incluso regiones, sino que cada uno tiene su propia definición. Dada la dificultad de crear una definición científica y universalmente válida, en la mayoría de los casos se suele definir al turismo rural como: “aquel tipo de turismo que se desarrolla en el espacio rural”.

Por ende, a los efectos de la presente investigación se acepta el enfoque que concibe al turismo rural desde una delimitación geográfica, o sea, como *turismo en espacios rurales*.

Como es sabido la expresión “turismo en el espacio rural” es utilizada para designar al producto turístico basado en el medio rural, el cual tiene un sentido sumamente amplio; en realidad pretende abarcar varias designaciones (Cunha, 2006 citado en De Jesus, Kastenholz y Figueiredo, 2008).

No obstante estos estos autores aceptan que el concepto involucra el turismo practicado en las áreas rurales, respetando las culturas locales y conservando la naturaleza, el paisaje y el patrimonio y que cada área rural tiene sus características intrínsecas y es alrededor de ellas que la oferta turística debe ser organizada.

Tal es así, que debido a la diversidad tan grande que existe del producto turístico rural que le permite a cada región o comunidad dar su propia definición; Bravo et al. (2009) aclaran que existen varias modalidades de turismo en espacios rurales, dejando por sentado que las principales diferencias entre ellas están dadas por las motivaciones.

Entre dichas modalidades se encuentran: el ecoturismo o turismo de naturaleza, el turismo de aventura, el agroturismo, el turismo cultural, el turismo de salud, el turismo gastronómico (Barrera, 2003; Bravo et al, 2009; Martínez y Zárata, s.f.).

Barrera (2003) precisa que particularmente, el agroturismo brinda a posibilidad de visitar un predio agrícola con el interés de conocer, disfrutar y practicar alguna actividad agrícola y como una característica fundamental resalta la necesidad de que algunos servicios deban ser ofrecidos por los propios productores.

Dentro de las actividades que incluye el turismo en espacios rurales se encuentran: la visita a explotaciones agrícolas, a museos, a lugares históricos, el senderismo, el acercamiento a la artesanía y artes populares y las rutas gastronómicas (Camargo, 2003).

Las rutas gastronómicas suelen ser denominadas también como rutas alimentarias, indistintamente. Una ruta gastronómica es un itinerario que permite reconocer y disfrutar de forma organizada el proceso productivo agropecuario, industrial y la degustación de la cocina regional, a su vez se organizan en torno a un producto clave que caracteriza la ruta y le otorga su nombre (Barrera y Bringas, 2009).

La ruta debe ofrecer a quienes la recorren una serie de placeres y actividades relacionadas con los elementos distintivos de la misma: comida, producción agroindustrial, actividades rurales, entretenimientos en la naturaleza y actividades propias de la cultura regional.

En otras palabras, son itinerarios turísticos basados en alimentos en torno a los cuáles se construyen productos recreativos y culturales que permiten al visitante explorar la cadena de valor del alimento desde la producción primaria hasta el plato. Cuentan con su propia estructura organizativa.

Se impone por tanto, el análisis de los diferentes procedimientos y metodologías existentes en la literatura científica para el diseño de rutas alimentarias o productos turísticos rurales.

1.6. Procedimientos para el diseño de productos turísticos rurales y rutas alimentarias

Son diversas las metodologías y procedimientos existentes en la literatura revisada, sobre el diseño de productos turísticos, pero específicamente para el diseño de productos turísticos rurales y rutas alimentarias la información es prácticamente nula.

Por ende se procedió a la revisión de procedimientos, que indistintamente, abordan el proceder para el diseño de rutas turísticas o productos turísticos a partir de atractivos rurales e incluso productos turísticos integrados.

Se analizaron diversos procedimientos y metodologías en las fuentes bibliográficas consultadas: Machado (2011) orientado al diseño de productos turísticos integrados; Bravo et al. (2009) dirigido a la creación de productos que integran atractivos turísticos rurales; las propuestas de De Juan y Pulido (2002), Blancos y Riveros (2004), Ríos y Rubilar (2006), Gonzáles (2011) y Flores (2012) conducen al diseño de Rutas Turísticas; por último el caso de Delfín (2010) es un procedimiento específico para el diseño de rutas alimentarias.

A partir de este análisis individual se realizó una comparación sobre la base de criterios como: cantidad de etapas necesarias para el diseño de productos turísticos, flexibilidad o grado de adaptabilidad, consistencia lógica y capacidad de generar nuevas interrogantes y descubrimientos, según se muestra en el **Anexo 4**.

Tomando en consideración los resultados que arrojó el análisis se pudo concluir que: los procedimientos propuestos por Bravo et al. (2009), De Juan y Pulido (2002), Delfín (2010), Machado (2011) y Ríos y Rubilar (2006) reúnen todas las etapas imprescindibles para el diseño de productos turísticos, pero no logran orientar el proceso de diseño a la construcción de una ruta, carecen de elementos metodológicos para estos fines.

Sin embargo la metodología de Flores (2012) a pesar de no estar creada específicamente para el diseño de rutas alimentarias, es la única que logra al menos encaminar el proceso constructivo, por lo que se decide su aplicación al objeto de estudio.

Posee algunas limitaciones para alcanzar el completamiento efectivo de una ruta alimentaria por lo que se adapta sobre la base del procedimiento de Machado (2011), que incluye una serie de métodos y etapas importantes para lograr su completamiento

como estrategias y acciones para cada una de las variables del marketing operativo, previsión de gastos e ingresos, control y seguimiento y retroalimentación; elementos que no tienen en cuenta el resto de los procedimientos.

1.7 Conclusiones del primer capítulo

1. El turismo ha sido abordado por diversos autores desde diferentes enfoques, tanto económica como socialmente. La evolución del sector turístico de modo general, ha permitido la incorporación paulatina de modalidades, muchas de ellas en espacios de interior y en el medio rural. Las razones son varias, pero el factor determinante viene de la mano de las nuevas preferencias de la demanda.
2. El destino turístico debe ser abordado desde una posición integradora, para lograr un desarrollo turístico equilibrado, de modo que sea identificado como un producto global capaz de satisfacer las necesidades actuales de la demanda turística.
3. A la hora de gestionar un destino turístico se debe tener en cuenta la filosofía de marketing, el cual se compone de dos aristas: estratégica y operativa. Actualmente el marketing de destinos va más allá de la simple promoción del destino, abarcando la satisfacción de las necesidades de los turistas y de la comunidad local.
4. Los productos turísticos comúnmente son denominados modalidades turísticas y son definidas a partir de las motivaciones de la demanda y de las actividades que realizan. El producto turístico rural es muy diverso siendo las rutas gastronómicas o alimentarias una variedad de este tipo de producto.
5. Varios son los procedimientos existentes en la bibliografía consultada para el diseño de rutas turísticas específicas. El procedimiento para el diseño de rutas turísticas brindado por Flores (2012) constituye el más adecuado para la presente investigación por su flexibilidad, actualidad y grado de cumplimiento del resto de los criterios de selección evaluados.

*CAPÍTULO 2 DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA
PORCIÓN OCCIDENTAL DEL MACIZO GUAMUHAYA PARA EL
DESARROLLO DE LA RUTA ALIMENTARIA*



2. DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN ACTUAL DE LA PORCIÓN OCCIDENTAL DEL MACIZO GUAMUHAYA PARA EL DESARROLLO DE LA RUTA ALIMENTARIA

2.1. Introducción

Según Ricaurte (2009) el diagnóstico es entendido como la búsqueda y sistematización de información relativa a la oferta y la demanda turística en el destino. Vera (1997), desde un enfoque físico- territorial indica que el diagnóstico consiste en el análisis de los componentes básicos de la estructura turística y estructura del territorio, así como del medio ambiente de la zona a planificar.

El diagnóstico constituye la fuente directa de información que permite tomar decisiones acerca de futuras estrategias, así como la herramienta para evaluar el éxito o fracaso de planes, programas y proyectos.

En este capítulo se pretende diagnosticar la situación actual de la parte occidental del Macizo Guamuhaya con vistas a lograr el diseño de una ruta alimentaria entorno a la producción cafetalera de la zona y con ello contribuir al aprovechamiento del potencial de recursos existentes.

Para ello es preciso, en primer lugar estudiar el mercado en función de valorar su interés por el desarrollo de actividades asociadas a las diferentes modalidades de turismo rural, específicamente por las rutas alimentarias. Por otra parte, es necesario evaluar las potencialidades de la zona, buscando una correspondencia entre las preferencias de la demanda y los recursos turísticos con que cuenta este destino, además de analizar la amenaza de competidores en el mercado.

En esta etapa de la investigación se utilizaron técnicas como la observación directa, el trabajo en equipo, la entrevista a líderes locales y la búsqueda y análisis de documentación, a través de los entes implicados tanto a nivel local como territorial. Por otra parte se aplicó una encuesta a los clientes, cuyo cuestionario fue validado mediante la consulta a especialistas y se recurrió al Software Estadístico SPSS Versión 21.0 para el procesamiento y análisis de los datos recogidos.

2.2. Procedimiento para el diagnóstico de la situación actual de la porción occidental del Macizo Guamuhaya

Para la realización del diagnóstico se seleccionó el procedimiento propuesto por Guanuche (2012) que parte del *Análisis del entorno territorial*, incluyendo en esta etapa el análisis de la situación geográfica y ambiental, la dimensión social, la dimensión económica y la dimensión político-institucional.

Le sigue una segunda etapa que consiste en el *Inventario de los recursos turísticos*, donde se tuvieron en cuenta las siguientes categorías de recursos:

- Atractivos Naturales
- Patrimonio Histórico y Museos
- Folklore y Manifestaciones de la Cultura Tradicional
- Realizaciones técnicas o artísticas contemporáneas
- Acontecimientos programados

Los recursos se registran a través de fichas de inventario que recogen la mayor parte de la información referente a los mismos. A fin de asignarle un nivel de importancia relativa a cada uno de los recursos turísticos, se utiliza la metodología para la jerarquización propuesta por (Ginés, 2011), donde se dividen en cuatro jerarquías y se establecen criterios para la evaluación en función lo operatividad del recurso (**Anexo 5**).

La tercera etapa consiste en el *Estudio del mercado y la oferta*. En esta etapa el autor propone el uso de técnicas para la recopilación de información primaria tales como encuestas a los pobladores y a los turistas que visitan la zona.

Para desarrollar el estudio de la demanda se decide incorporar el método propuesto por el Colectivo de autores (2013) para el desarrollo de encuestas, el cual está dividido en seis fases:

- Definición del problema y objetivos de la investigación.
- Selección y definición de variables.
- Diseño del cuestionario.
- Validación y prueba del cuestionario.
- Selección de la muestra. Aplicación del cuestionario.
- Tratamiento y análisis de la información.

El autor propone una cuarta etapa donde se incluye el *Análisis de la Infraestructura Turística*.

La quinta etapa se trata del *Análisis de Competencia Turística*: los principales competidores, los productos que se ofrecen en el mercado, los medios que son utilizados para promocionarlos, el mercado al que se enfoca, las ventajas comparativas y competitivas.

La sexta etapa se basa en el *Análisis de las Cooperaciones y Alianzas* entre las diferentes empresas presentes en la zona: tipos de vínculos empresariales, potenciales socios dentro del territorio y proyectos existentes.

La séptima y última etapa comprende el *Análisis de las Potencialidades Turísticas*: que incluye el nivel de emprendimiento, tipo de turismo que se está desarrollando actualmente y la visión del turismo como actividad productiva.

2.3. Resultados de la aplicación del procedimiento seleccionado

2.3.1. Análisis del entorno territorial de la porción occidental del Macizo Guamuhaya

Situación geográfico- ambiental

El Macizo Montañoso de Guamuhaya, también denominado Sierra del Escambray, se localiza hacia el sur de la región central de Cuba. Su punto más alto es Pico San Juan, la más alta elevación de la región central cubana, con 1140 metros sobre el nivel del mar (msnm), seguido por el Pico de Potrerillo con 931 msnm. Se extiende por cerca de 80 km de largo y se halla dividido en dos partes por el río Agabama: la occidental está constituida por la Sierra de Trinidad, y la porción oriental está formada por la Sierra de Sancti Spíritus.

La porción occidental del macizo abarca parte del territorio de los municipios: Trinidad de la provincia Sancti Spíritus, Manicaragua de Villa Clara y Cumanayagua de Cienfuegos. Existen en este territorio dos reconocidas Áreas Protegidas con la categoría de Paisaje Natural Protegido; estas son:

1. El Paisaje Natural Protegido (PNP) "Hanabanilla", en el área del embalse que lleva su mismo nombre, con senderos eco-turísticos que se explotan desde el Hotel Hanabanilla, administrado por la Empresa de Flora y Fauna del Ministerio de la Agricultura (MINAGRI) de Villa Clara (Colectivo de autores, 2012).

2. El PNP “Topes de Collantes” administrado por el Grupo Gaviota S.A perteneciente al Ministerio de las Fuerzas Armadas Revolucionarias (MINFAR), que abarca parte de las provincias de Sancti-Spíritus y Cienfuegos el cual posee una superficie total de 18 000 ha; también con senderos eco-turísticos, hoteles y parques naturales (Colectivo de Autores, 2011).

La gran variabilidad de los paisajes y ecosistemas armónicamente estructurados del área impactan a cualquier visitante. Se trata de una región rica en unidades paisajísticas y ecosistemas, y que contiene elevados valores de biodiversidad. (Gómez y Palmero, 2012)

Su flora es abundante en endemismos que presentan alta vulnerabilidad; las Alturas de Trinidad constituyen el sitio de mayor valor florístico del país, donde predominan los endemismos de montaña, muchos de los cuales son especies que se encuentran reportadas bajo diferentes categorías de amenaza en los catálogos rojos de la flora cubana.

Dimensión social

La denominación de este macizo montañoso es derivada del arahuaco en el que *gua* significa fuente o nacimiento, *mu* desarrollo y *haya* asociarse; por lo tanto este apelativo es parte del legado arqueológico de los primeros habitantes de Cuba. En el **Anexo 6** se muestran los indicadores de los asentamientos poblacionales de la zona.

El Programa de Atención al Plan Turquino Manatí (2012), por el CITMA, ha ejecutado acciones para mejorar la calidad de vida de los habitantes de la montaña, dichas acciones se agrupan en las áreas de trabajo de: gestión ambiental y documental, desarrollo social, alcance científico-técnico, producción de alimentos y control e inspección.

La población del área cuenta con servicios permanentes de salud, educación y deportes, mediante programas locales que se desarrollan por Consejos Populares, todos pertenecientes al Plan Turquino.

En las comunidades de mayor número de habitantes existen consultorios médicos, escuelas de enseñanza primaria y secundaria, así como otros servicios de la red minorista (CADECA, Correos de Cuba, ETECSA).

Dimensión económica

La base económica se fundamenta en dos actividades:

1. Turísticas: con la presencia del Complejo Turístico Topes de Collantes bajo la administración del Grupo Gaviota S.A encargado de la explotación de las instalaciones hoteleras y extrahoteleras, las cuales cuentan con centros de recreación y servicios gastronómicos.
2. Agropecuarias: dentro de la cual se destacan la actividad forestal, el cultivo de café, la ganadería y los cultivos varios.

La actividad forestal cubre toda el área y los recursos forestales madereros tienen un gran valor por la existencia de especies maderables comerciales, los cuales se encuentran en áreas clasificadas como “áreas de protección”.

El cultivo del café es otra de las actividades económicas importantes y es a su vez la actividad agrícola fundamental. Existen en la zona dos reconocidas Cooperativas de Créditos y Servicios (CCS): Lucas Castellanos (La Chispa) y Justo M. Rodríguez (La Felicidad), con campesinos dedicados en lo esencial a la producción cafetalera.

Sin embargo en los últimos años la producción cafetalera ha decrecido en gran medida debido a la aparición de la broca y a las dificultades para la adquisición de los insumos necesarios para la cosecha (carencia, elevados precios y mala calidad), ello unido a los bajos precios a los que el campesino puede vender el café a la cooperativa, ha desmotivado la producción y la ha redirigido hacia la cosecha de cultivos varios.

La dimensión político-institucional

Las organizaciones que forman parte del área resultan implicadas directa o indirectamente en la conservación de los recursos de la misma.

El PNP Topes de Collantes es administrado por Gaviota S.A, cuya estructura organizativa está dada por la designación de jefes a cada uno de los parques naturales que lo conforman. Por su parte, Flora y Fauna Villa Clara se encarga de la administración del PNP Hanabanilla.

A nivel local, existe una significativa integración de la Administración con la Junta Coordinadora Provincial de Áreas Protegidas, el Servicio Estatal Forestal, el Cuerpo de Guardabosques, la Junta Coordinadora del Órgano de Montaña Guamuhaya y la Estación Experimental Agroforestal Jibacoa.

Además existe el apoyo de instituciones académicas territoriales: Facultad Agropecuaria de Montañas del Escambray (FAME) e instituciones de Ministerio de Educación (MINED) y se cuenta con la cooperación de Organizaciones No Gubernamentales (ONG) extranjeras y de fondos internacionales como el Fondo para el Desarrollo (PNUD) y la Fundación Ambiental Mundial (GEF), gestionados tanto a través de instituciones del Ministerio de Ciencia, Tecnología y Medio Ambiente (CITMA) como del Centro Nacional de Áreas Protegidas de Cuba (CNAP) y el Centro de Investigación, Gestión y Educación Ambiental (CIGEA).

2.3.2. Inventario de los recursos turísticos

En esta etapa se realizó el inventario de los recursos turísticos, conjuntamente con el análisis de las infraestructuras turísticas y de equipamientos.

Para recolectar información referente a los recursos de la zona, se consultaron documentos, como: el Plan de Manejo para el PNP Topes de Collantes, de la Dirección de Protección al Medio Ambiente (2011), el Trabajo de Diploma de Frank Gómez (2012) que aporta el inventario de los recursos turísticos del Valle de Jibacoa, el Plan de Manejo para el PNP Hanabanilla (2012), el Informe de Balance del Programa del Turquino (2012) y la Estrategia de Ciencia, Innovación Tecnológica y Medio Ambiente del Turquino Villaclareño para el año 2013.

Además se realizaron entrevistas a pobladores, productores de café, trabajadores del Complejo con años de experiencia y guías locales, sobre aspectos específicos tales como las principales actividades económico-productivas y los sitios de interés.

Como premisa para el desarrollo del inventario de recursos turísticos se partió de la delimitación geográfica del área a inventariar, formada por el territorio comprendido por el Valle de Jibacoa al noroeste del macizo, el PNP Hanabanilla y PNP Topes de Collantes, puesto que se considera que la mayor concentración de atractivos vinculados al café y el mayor desarrollo turístico en términos de infraestructura y equipamiento se localizan en esta área.

El estudio realizado permitió constatar la existencia de una gran variedad de recursos naturales e históricos-culturales, así como de infraestructura turística y equipamiento (Tabla 1); los cuales se muestran y caracterizan de forma individual, a través de las Fichas de Recursos (**Anexo 7**).

Tabla 1 Resumen de los recursos turísticos inventariados

Clasificación	Categorías	Cantidad
Naturales	Atractivos naturales	13
Histórico-culturales	Patrimonio Histórico y Museos	3
	Folklore y Manifestaciones de la Cultura Tradicional	4
	Realizaciones Técnicas o Artísticas Contemporáneas	13
	Acontecimientos Programados	3
	Manifestaciones Culturales Contemporáneas	4
Infraestructuras turísticas	Infraestructura de alojamiento	3
	Infraestructura de restauración	7
	Instalaciones de ocio y recreación	2

Fuente: Elaborado por el autor a partir de los resultados del inventario.

Los recursos turísticos inventariados son en su gran mayoría de jerarquía 3, o sea, se trata de recursos con rasgos excepcionales, capaces de motivar, por sí solos o en conjunto con otros recursos contiguos, una corriente actual o potencial de visitantes nacionales o extranjeros.

La flora y fauna de la zona inventariada posee grandes riquezas debido a la abundancia de endemismos, siendo los únicos recursos evaluados con la máxima jerarquía. Por otra parte, la zona es rica en tradiciones y manifestaciones culturales y posee las condiciones de infraestructura necesarias para prestar servicios a los turistas.

Por otra parte, existen otros aspectos que conjuntamente con el inventario es necesario integrar al estudio de campo, al tratarse de integrantes del escenario total del área en estudio que influyen consecuentemente en la configuración de la misma y en los resultados del inventario, como son los impactos negativos que pueden afectar directa o indirectamente a los distintos recursos y su posterior uso turístico (Rodríguez, 2005).

En esta zona se ejecutan actividades económicas importantes, tales como: el turismo, la producción cafetalera y forestal, las cuales constituyen una fuente de estrés ambiental de significativa importancia produciendo efectos ambientales negativos (CITMA, 2012), los cuales se muestran en el **Anexo 8**.

3.2.3 Estudio del mercado y la oferta

En esta etapa se llevó a cabo un estudio de los turistas que actualmente visitan el Macizo Guamuhaya, para determinar el perfil del mercado potencial y conocer su grado de interés por el desarrollo de actividades vinculadas a una ruta alimentaria del café en dicho espacio rural.

Para ello se aplicó una encuesta, a partir del método propuesto por el Colectivo de autores (2013) de la Universidad Central Marta Abreu de Las Villas.

Definición del problema de investigación: Constatar la existencia de una demanda por parte de los clientes que visitan el destino Topes de Collantes, orientada al disfrute de actividades vinculadas al cultivo del café.

Objetivos de la encuesta: Identificar una demanda potencial en el mercado que visita el destino Topes de Collantes y establecer un perfil del cliente, que permita el desarrollo de una ruta alimentaria del café.

Selección y definición de variables

Las variables a medir con el estudio del mercado se definieron detalladamente en el **Anexo 9**, mostrando la denominación de cada una de ellas, una descripción de lo que miden y el número de pregunta a ocupar en el cuestionario.

Diseño del cuestionario

Se diseñó un cuestionario con 14 preguntas, cerradas y abiertas, abarcando todas las variables del estudio (**Anexo 10**).

Validación y prueba del cuestionario

Para asegurar la efectividad en la realización del cuestionario, se llevó a cabo una entrevista estructurada (**Anexo 11**), que se aplicó a siete especialistas (**Anexo 12**), conocedores del marketing turístico o de las particularidades del mercado que visita la zona objeto de estudio.

En los resultados obtenidos en estas entrevistas (**Anexo 13**), se pudo determinar que los siete especialistas entrevistados coincidieron con la opinión de que todas las preguntas se encontraban bien redactadas, pues se utilizó un vocabulario simple y comprensible para los turistas, tratándose en su mayoría de preguntas muy importantes para definir el perfil de los turistas y su interés por el producto turístico a diseñar. Además consideraron que no era necesario incluir alguna otra variable de estudio.

Se tradujo el cuestionario al idioma inglés y se realizó una prueba piloto donde se repartieron a 15 turistas de varias nacionalidades obteniéndose los resultados esperados, quedando totalmente validado de esta manera el cuestionario diseñado.

Cálculo del tamaño de muestra y aplicación del cuestionario

Para calcular el tamaño de muestra se utilizó el muestreo probabilístico estratificado, donde se clasificó la población en categorías excluyentes (estratos) tales como: turistas nacionales, mercado interno y turistas extranjeros. La distribución de la muestra entre las diferentes categorías se realizó mediante la afijación proporcional, o sea, la asignación de los individuos a cada categoría fue proporcional al número de individuos que la componían.

Para determinar el tamaño de la población (N) se determinó la media de los turistas físicos que visitaron Topes de Callantes durante los últimos cinco años, cuyos datos aparecen en la tabla 2.

Tabla 2 Análisis de los turistas físicos durante los últimos cinco años

Tipos de turistas	2008	2009	2010	2011	2012	Promedio
Turistas extranjeros	77 082	70 470	97 212	90 307	105 595	88 134
Turistas nacionales	16 508	17 430	15 545	16 522	14 437	16 088
Mercado interno	142	148	220	438	712	332
Total de turistas físicos	93 732	88 048	112 977	107 267	120 744	N = 104 554

Fuente: Elaborado por el autor a partir de reportes estadísticos emitidos por el Departamento Comercial del Grupo Gaviota en Sancti Spíritus.

El cálculo del tamaño de muestra para la aplicación del cuestionario se define mediante la expresión (1).

$$(1) \quad n = \frac{N \cdot Z_{\alpha/2}^2 \cdot p \cdot q}{d^2 \cdot (N - 1) + Z_{\alpha/2}^2 \cdot p \cdot q}$$

El nivel de confianza definido es del 95%, para el cual el valor de $Z_{\alpha/2}$ es de 1.96. Los valores de p y q son ambos de 0.5. El margen de error estimado (d) es de un 5%.

Sustituyendo en la fórmula (1):

$$n = \frac{104\,554 \cdot 1.96^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}{0.05^2 \cdot (104\,554 - 1) + 1.96^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5} = 382.7 = 383 \text{ turistas}$$

Para determinar el tamaño de muestra de cada estrato se utilizó la fórmula (2):

$$(2) \quad n_i = n \cdot \frac{N_i}{N}$$

Donde N_i tamaño de la población en el estrato i y n_i tamaño de la muestra en el estrato i.

Como resultado de la aplicación de la fórmula 2, se determinó la distribución por categorías para la aplicación del muestreo aleatorio estratificado proporcional, como se muestra en la figura 2.

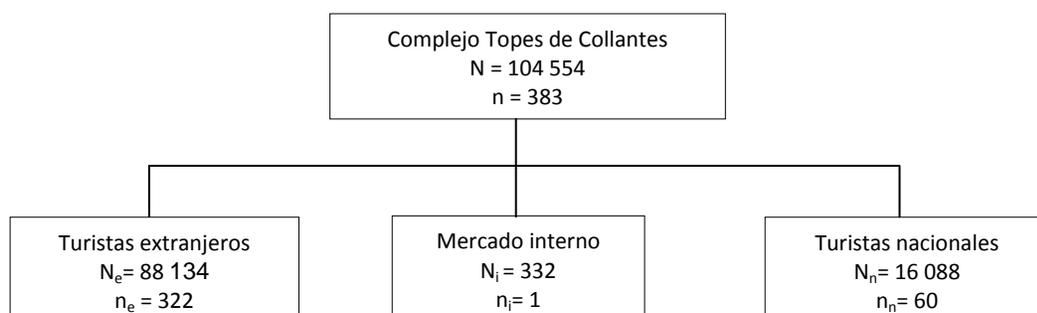


Figura 2: Distribución de la muestra por estratos.

Fuente: Elaborado por el autor

Aplicación del cuestionario y procesamiento de los datos

Por cuestiones de restricciones impuestas por la política administrativa del Grupo Gaviota solo se pudieron encuestar el 63 % de los turistas extranjeros (202) y el 80 % de los nacionales (48). Además se decidió no incluir al mercado interno dentro del estudio, pues se trata de un mercado incipiente, cuyo tamaño de muestra obtenido no es representativo.

Se procedió a la aplicación del cuestionario y al posterior tratamiento y análisis de los datos mediante el Software Estadístico SPSS.

Análisis de los resultados

Teniendo en cuenta los resultados de la variable *Interés por participar en una ruta del café*, se analizaron el resto de las variables. Se seleccionaron todos los casos cuya respuesta fue positiva para esta pregunta, obteniéndose un total de 178 turistas internacionales y 42 nacionales con interés por participar en la ruta, los cuales representan aproximadamente el 88% del total de turistas encuestados, en ambos casos.

Del total de clientes interesados en realizar la ruta, el 50% provienen de Alemania, diferentes ciudades de Cuba y Reino Unido. El resto provienen de diversas nacionalidades, las cuales se evidencian en el gráfico de pastel que aparece en el **(Anexo 14)**.

En el caso de los turistas internacionales se trata en su mayoría de mujeres; en cambio entre los nacionales existe equivalencia de géneros. La mayoría de edad de los turistas internacionales está entre los mayores o igual que 60 y de 41 a 59 años de edad, respectivamente, por lo que se trata, en su mayoría, de personas de la tercera edad.

Por el contrario el 60% de los nacionales se ubica entre los 18 y 30, o sea, se trata de personas jóvenes. En ambos casos predominan las personas que ejercen una profesión u oficio, con nivel de ingresos medio. Se analizaron además las variables específicas, es decir, aquellas relacionadas con el viaje que caracterizan a los turistas interesados en la ruta

Con respecto a la frecuencia de viaje y la estacionalidad se pudo constatar que en el caso de los internacionales, se trata mayormente de turistas que realizan más de un viaje al año y en ambas temporadas, ya sea de alta o de baja turística en Cuba. En el caso de los nacionales viajan durante los meses de baja turística en Cuba.

Los internacionales viajan fundamentalmente en pareja, mientras los nacionales lo hacen en familia.

La forma de organización del viaje es totalmente diferente, puesto que se trata de dos tipos de turismo diferente; los internacionales lo hacen a través de AA.VV o TT.OO, pero en el caso de los nacionales se trata de un turismo de incentivos, cuyo viaje está condicionado por un estímulo laboral que hace el MINFAR a sus trabajadores más destacados. En ambos casos el índice de repitencia de los turistas en el destino (Topes de Collantes) es bien bajo.

Las comparaciones anteriores entre las variables demográficas (generales) y las relacionadas con el viaje (específicas) que caracterizan a los turistas nacionales e internacionales se constatan en el **Anexo 15**.

Otra de las variables relacionadas con el viaje que se analizó fueron las motivaciones, cuyos resultados se exponen en el **(Anexo 16)**. Con relación a esto se pudo constatar que los turistas internacionales poseen múltiples motivaciones. Las motivaciones de ocio están basadas en la necesidad de conocer el otro lado de Cuba, el interés por acercarse a la comunidad, el descanso, la aventura, romper con la rutina de los hoteles de playa de

ciudad, caminar, aprender, trekking, curiosidad, ver los saltos de agua, nuevas experiencias y el café.

En el caso del mercado nacional la principal motivación es el contacto con la naturaleza unido con las actividades de ocio.

En cuanto a los intereses cognitivos también varían de un estrato a otro, para demostrarlo se realizó un análisis comparativo de las frecuencias relativas como muestra el **Anexo 17**.

El mayor interés de los nacionales en términos de conocimientos, está dirigido hacia los beneficios para la salud, y en el caso de los internacionales hacia el proceso de producción artesanal. El de menor preferencia, en ambos casos, fue el proceso de producción industrial.

Cabe resaltar que de los casos seleccionados, solo 60 internacionales y 10 nacionales conocen lo que son las rutas turísticas alimentarias, o sea, se trata de segmentos no especializados como lo constituye el turista rural a nivel mundial

El análisis de las variables permitió caracterizar los estratos de modo general, a partir de este resultado se procedió a la tarea de buscar grupos de turistas con comportamientos y características similares, en cuanto a la edad, desempeño profesional, nivel de ingresos e intereses, para segmentar el mercado.

Para ello se utilizó el método de análisis de conglomerados jerárquicos, con el objetivo de identificar grupos relativamente homogéneos de casos, basándose en las variables seleccionadas, mediante un algoritmo que comienza con cada caso en un conglomerado diferente y combina los conglomerados hasta que solo queda uno. (**Anexo 18**)

El resultado arrojó 3 conglomerados fundamentales en el caso de los internacionales, conformando los segmentos de mercado potenciales: estudiantes austriacos y alemanes con edades entre los 18 y 30 años de edad; profesionales de todas las edades; turistas de la tercera edad retirados, los que se caracterizan según las variables en el **Anexo 19**.

En el caso de los nacionales se identificó un segmento potencial integrado por profesionales con edades entre los 18 y 30 años que viajan en familia y poseen un nivel de ingresos medio, sin embargo no se considera un mercado meta a pesar de su interés por participar en la ruta, pues posee características muy particulares al tratarse de un turismo de incentivo, que requiere un tratamiento diferente.

Una vez definidos los segmentos de mercado potenciales se procedió a establecer un orden de preferencia entre las actividades que desean realizar dichos segmentos mediante un análisis de ponderaciones; para lo cual se creó la estructura matricial que aparece en el **Anexo 20**, donde las preferencias se determinaron multiplicando la escala de preferencias (0=nula, 1=media, 2=fuerte) por la frecuencia absoluta y sumando luego el resultado. El **Anexo 21** muestra los resultados de las actividades preferentes por segmentos de mercados.

Los segmentos estudiantes y nacionales prefieren las actividades de naturaleza y aventura por encima de las actividades culturales, siendo los baños en ríos y cascadas la actividad de mayor preferencia común a ambos segmentos

Los segmentos profesionales y turistas de la tercera edad prefieren las actividades culturales por encima de las de naturaleza y aventura, siendo las actividades degustar la gastronomía autóctona y visitar las fincas cafetaleras las de mayor preferencia, respectivamente.

Análisis de la oferta

De modo general la oferta turística actual enclavada en el espacio rural objeto de estudio, está constituida por restaurantes, bares, hoteles y parques naturales. La calidad de los servicios de alojamiento y restauración es buena, se trata de hoteles tres estrellas y restaurantes enclavados en una zona rural los cuales se insertan al medio sin dañar la naturaleza, poseen personal suficiente capacitado en materia de servicios y conocedores de las características singulares de la zona.

El estado de conservación de las infraestructuras es bueno. En el caso de los restaurantes están muy a tono con las características de infraestructuras rurales, pues se encuentran enclavados en su mayoría en Parques Naturales. Se trata de casonas o ranchones construidos bien sea de paja, madera o mampostería que mantienen el modelo de las típicas viviendas campesinas de la zona. Las ofertas de dichos restaurantes difieren en todos los casos, pues en cada uno se pueden degustar menús muy distintos todos con su sello distintivo.

En el caso del alojamiento se trata de infraestructuras bien variadas, que van desde una villa, hoteles no tan modernos y un hotel con infraestructura moderna como es el caso de Los Helechos tres estrellas, pero que posee las condiciones básicas y necesarias para el

alojamiento de los turistas, con habitaciones climatizadas bien confortables; asimismo posee un Restaurante Buffet y a la carta, Lobby Bar, piscina y discoteca.

2.3.4. Análisis de la competencia

Para el análisis de la competencia, se partió de los competidores a nivel internacional hasta llegar al caso particular de Cuba, donde a pesar de no haberse desarrollado el turismo rural como modalidad en toda su capacidad, sí existen ofertas que incluyen algunas actividades en espacios rurales.

En tal sentido debe destacarse Europa como una de las regiones pioneras de productos turísticos rurales a nivel internacional, atrayendo hoy día un elevado flujo de turistas sobre todo de la propia región, gracias a la cercanía de los destinos y a la riqueza y diversidad de atractivos que posee. El país que más ha desarrollado esta práctica turística ha sido Francia (Camargo, 2003).

Esta modalidad en Francia ofrece productos integrados: por fincas albergues donde se pueden degustar los productos de la misma, fincas ecuestres, fincas de estancia para la convivencia con el agricultor, acampada y merienda, venta de productos y castillos de lujo.

También se observa un notorio desarrollo de esta modalidad en España con productos integrados por alojamientos en predios rurales y casas de campo, enoturismo o turismo del vino.

La oferta turística rural en los países europeos de mayor tradición es cada vez más compleja y diversificada, pasando de una primera etapa protagonizada por el alojamiento, a una segunda en la que se empezó a dar importancia a la gastronomía y a una tercera, caracterizada por la especialización de la oferta en segmentos específicos de demanda, en la que la agricultura, es un recurso más de ocio (en muchos casos, de carácter pedagógico) que favorece una experiencia integral del turista durante su visita al medio rural (Pulido y Cárdenas, 2011).

En el caso de América Latina, de acuerdo con Barrera y Muratore (2003), en los últimos años es que se comienza a ofrecer el turismo rural a clientes directamente interesados en tener una experiencia turística en el medio rural, siendo Argentina el país con la mayor oferta de Turismo Rural en América Latina seguido por Brasil, Chile, México, Paraguay y Uruguay.

En el caso de Argentina existe un Programa de Turismo Rural, dentro del cual han sido creadas las Rutas Alimentarias Argentinas como estrategia de posicionamiento de los alimentos regionales a través del turismo (Barrera, 2005).

Por otra parte, según Román y Ciccolella (2009), también se llevan a cabo actividades vinculadas a establecimientos agropecuarios que abren sus puertas (con o sin alojamiento) a las personas para observar y, eventualmente, participar; vinculadas a la ganadería, la agricultura, explotaciones forestales y agroindustriales combinadas con otras vinculadas a la naturaleza.

En Brasil en cambio el producto turístico rural posee un fuerte componente de agroturismo, vinculado al modo de vida de los trabajadores rurales, la arquitectura típica culinaria, la artesanía y demás manifestaciones culturales tradicionales con hoteles de ocio rural, hoteles haciendas, posadas, restaurantes rústicos, agroindustrias artesanales (IICA, 2009).

En Chile se ha desarrollado una política activa en materia de promoción de los establecimientos rurales que brindan servicios de alimentación y venden productos artesanales a los turistas (Barrera, 2005). En este país también han alcanzado un notable desarrollo las rutas gastronómicas.

Las experiencias de las rutas alimentarias o gastronómicas en países de América Latina y el mundo se recogen en el **Anexo 22**.

La mayoría de los turistas que gustan de esta actividad, provienen de su propio país de residencia y en el caso de los mercados extranjeros son procedentes, principalmente de Gran Bretaña, Alemania, Francia, España y Estados Unidos y se trata de personas con formación académica.

Para el análisis de la competencia a nivel nacional se realizó además una valoración de los productos relacionados con atractivos turísticos rurales que se ofertan actualmente, tanto en forma de recorridos (circuitos) por el país o regiones específicas como de opcionales; comercializados por las AA.VV. receptoras y TT.OO. en el exterior. Esto con el fin de identificar oportunidades para acceder al mercado a partir de la demanda insatisfecha y de las ventajas competitivas que puede ofrecer la parte occidental del Macizo Guamuhaya y sus atractivos.

Para ello, se analizó la oferta pública de las AA.VV receptoras Cubanacán, Cubatur, Gaviotatur y Ecotur, que operan con los mercados movidos por los TT.OO: Real Tours (Europa), TUI (Alemania), Thomas Cook (Inglaterra), Vacances Transat (Francia), Aventoura Cubareis (Alemania), así como los productos incluidos en la oferta Collection del TTOO Havanatur S.A. **(Anexo 23)**.

El análisis arrojó como resultado la existencia de una fuerte competencia a nivel nacional por parte del destino Viñales, en Pinar del Río, donde se desarrollan actividades vinculadas a La Ruta del Habano relacionada con la siembra, cosecha y elaboración del mismo que incluye visitas a las plantaciones y encuentros con campesinos productores del tabaco; asimismo en el Complejo Las Terrazas, provincia Artemisa, el turista tiene la oportunidad de aprender sobre el café, ver las plantaciones y conocer su historia, producto de su arquitectura agroindustrial cafetalera, los bohíos y su singular concepción, con instalaciones básicas para el funcionamiento urbanístico donde armonizan las edificaciones con el paisaje y la topografía.

Otro de los resultados obtenidos fue la existencia de circuitos que en su programa transitan por la zona objeto de estudio, basados principalmente en la contemplación de la diversidad de paisajes existentes y en raras ocasiones existe algún acercamiento a la comunidad, los cuales no se considera fuertes competidores del producto a diseñar y en todo caso se trata de productos sustitutivos, que son comercializados por Real Tour tales como: Cuba Tradicional, Cuba Linda, Hiking Trip (Short), Highlights Cuba y Cuba Grande.

En el caso de las opcionales se comercializan en estos momentos excursiones como: Topes Overnight, Aventura en la Montaña y Tour Espectacular, las cuales incluyen en su programa actividades y atractivos del espacio rural objeto de estudio y pasan por esta zona en su recorrido, pero tampoco brindan al turista la posibilidad de conocer sobre el tema del café ni de intercambiar con la comunidad receptora, por lo tanto tampoco representan una fuerte competencia.

En cambio existen otros circuitos de Havanatur que pueden considerarse competencia directa, tales como:

- El circuito “Color Café”, dirigido al mercado francés, italiano, español y alemán, que visita la Casa del Café y el Parque Guanayara, dirigiéndose meramente a la

realización de actividades vinculadas al turismo de naturaleza sin tener en cuenta el resto de las atracciones que existen en la zona respecto al café ni el intercambio con pobladores.

- El circuito “Grand Circle”, enfocado hacia el mercado norteamericano, que visita el Jardín de Variedades de café, la Casa del Café y la finca de Omar “El Colorado”, el cual se trata de un mercado más especializado al cual le interesa todo lo relacionado con el tema del café, sin embargo el recorrido tampoco abarca la totalidad de atracciones entorno al café quedándose por debajo de los intereses del cliente.

A pesar de la existencia de competidores para el producto turístico a diseñar (ruta alimentaria del café), si se tiene en cuenta las preferencias del mercado que visita esta zona incluyendo su interés por el tema del café, se puede determinar que poseen limitaciones las cuales se concretan en: la falta de integración de la diversidad de atractivos y recursos rurales de la zona, entorno al café y las pocas posibilidades que brindan al turista para el intercambio con la comunidad, lo que se tendrá en cuenta durante el diseño del producto buscando crear ventajas competitivas.

Debe señalarse que la ruta a diseñar puede considerarse un producto complementario, un valor añadido a estos circuitos ya conformados que atraviesan el país.

2.3.5. Análisis de las Cooperaciones y Alianzas

Proyectos en ejecución

Se llevan a cabo en la zona numerosos proyectos tales como: el proyecto de Educación Ambiental, que desarrolla actualmente la Dirección de Protección al Medio del PNP Topes de Collantes.

El trabajo de Educación Ambiental se ha hecho extensivo tanto a los trabajadores y turistas del área, como a las escuelas de la zona. Se realizan charlas, talleres, matutinos informativos, conversatorios, en el caso de los trabajadores y conferencias, excursiones, juegos didácticos, concursos en fechas ambientales y galas culturales; todo esto con el objetivo de lograr crear una conciencia hacia la protección del medio.

Tipos de vínculos empresariales

En la zona operan numerosas empresas entre las cuales necesariamente existen vínculos.

El MINFAR, con el Grupo Gaviota SA. a la vanguardia, es quien rige toda la actividad turística de la zona y a su vez administra el PNP Topes de Collantes, para lo cual cuenta con una Dirección de Protección al Medio que lleva a cabo todo el trabajo de educación ambiental con los pobladores.

Por otra parte, el MINAGRI representado por el sector agropecuario y forestal, integrado por cooperativas y unidades básicas de producción, es quien rige el trabajo del CITMA, Instituto al cual se subordina Flora y Fauna, que administra el PNP Hanabanilla. Estos constituyen los vínculos empresariales más significativos, pues se trata de los principales actores de la zona.

2.3.6. Análisis de las potencialidades turísticas

Emprendimientos

En entrevistas realizadas a los directivos del Complejo se evidenció la preocupación que existe actualmente por la integración de todos los implicados en la actividad turística del destino, constituyendo una prioridad de trabajo en función de la competitividad. Por otra parte se pudo apreciar el interés por el mejoramiento de las vías de acceso a los distintos atractivos naturales para garantizar la seguridad y facilidad de acceso de los turistas por los diferentes circuitos.

Tipo de turismo que se está desarrollando

La modalidad turística fundamental en la porción occidental del Macizo Guamuhaya la constituye el turismo de naturaleza, bajo la administración del Complejo Topes de Collantes. No obstante, también se desarrolla la modalidad de turismo de salud, para la que fue creado este Complejo Turístico, la cual no ha cumplido con las expectativas esperadas y actualmente está dirigida básicamente a los turistas nacionales que se alojan en el Kurhotel Escambray.

La mayor parte de los turistas que visitan la zona son internacionales y arriban mediante excursiones de un día u opcionales que adquieren a través de AA.VV con representación en diferentes polos del país (Varadero, Cayo Coco, Cayo Largo, Santa Lucía, etc.) o

mediante circuitos que dentro de su programa contemplan la visita a Topes de Collantes para disfrutar de la naturaleza a través de visitas a sitios de interés muy específicos.

Los grupos de turistas que llegan desde diferentes polos del país, tienen una estancia promedio en el complejo de 1.2 días y son las llamadas "Overnights" pues su visita incluyen generalmente un día y una noche. El mercado fundamental que visita el destino es procedente de Alemania, Francia y Reino Unido, en este orden.

Visión del turismo como actividad productiva

Para determinar la visión del turismo como actividad productiva se preparó una entrevista semiestructurada a la población (**Anexo 24**), que se aplicó a diez pobladores radicados en la zona hace más de 10 años, los cuales son considerados líderes locales o productores de café de reconocido prestigio en Topes de Collantes, cuyos nombres, ocupaciones y edades se recogen en el **Anexo 25**. El resultado señala que:

- El 90% considera la actividad turística como indispensable para el desarrollo de la zona, sin embargo el resto plantea que no genera beneficios directos a la comunidad.
- El 100% plantea que los turistas resultan personas gratas y simpáticas y coinciden con la idea de que el Macizo Guamuhaya posee mayor atractivo turístico del que se explota actualmente, como la interacción con los campesinos, sus costumbres, sus actividades productivas y modos de vida.
- La totalidad considera que la implementación de una ruta asociada a la producción cafetalera de la zona puede traer grandes beneficios a los productores cafetaleros, sus familias y al resto de los pobladores. Algunas de las justificaciones son: a los turistas les interesa todo lo relacionado con el café; la actividad productiva fundamental de la zona es el café; los turistas pueden reportar ingresos económicos a las familias campesinas y otros beneficios.

2.4 Conclusiones del segundo capítulo

1. La porción occidental del Macizo Guamuhaya comprende los Paisajes Naturales Protegidos Hanabanilla y Topes de Collantes y diversas comunidades rurales, cuyo desenvolvimiento económico gira en torno al turismo y a la agricultura, fundamentalmente al cultivo del café.
2. Esta zona posee una gran variedad de atractivos naturales e histórico-culturales que encierran toda una historia con relación a la producción cafetalera, divididos en las

categorías de atractivos naturales, patrimonio histórico y museos, folklore y manifestaciones de la cultura tradicional, realizaciones técnicas o artísticas contemporáneas y acontecimientos programados que poseen jerarquía 3 en su gran mayoría; así como diversas infraestructuras turísticas y equipamientos.

3. El estudio de mercado realizado permitió identificar sobre la base de la edad, la ocupación, el nivel de ingresos y los intereses, tres segmentos de mercado meta con interés por participar en la ruta del café en la porción occidental del Macizo Guamuhaya, los cuales son: estudiantes, profesionales y turistas de la tercera edad retirados, destacándose en todos los casos su interés por el proceso de producción artesanal del café.
4. El análisis de la competencia permitió detectar diversos circuitos nacionales que en su recorrido visitan la zona de Topes de Collantes, los cuales poseen interés por el tema del café, sin embargo no existe ninguno que en su composición integre la diversidad de atractivos vinculados a la producción cafetalera de la zona y brinde la oportunidad de intercambiar con la comunidad.
5. La actividad turística que se desarrolla actualmente en la zona objeto de estudio está enfocada hacia la modalidad de naturaleza y se concentra en el polo turístico Topes de Collantes, visitado fundamentalmente por turistas que viajan a través opcionales adquiridas en AA.VV con representación en los demás polos del país o como parte de circuitos nacionales.
6. Los pobladores y productores cafetaleros de la zona ven el turismo como una actividad económica que puede contribuir a elevar su calidad de vida y consideran que el desarrollo de una ruta turística vinculada al producto café puede ser provechosa para ellos.

*CAPÍTULO 3 DISEÑO DE LA RUTA ALIMENTARIA DEL CAFÉ
EN LA PORCIÓN OCCIDENTAL DEL MACIZO GUAMUHAYA*



3. DISEÑO DE LA RUTA ALIMENTARIA DEL CAFÉ EN LA PORCIÓN OCCIDENTAL DEL MACIZO GUAMUHAYA

3.1. Introducción

Todo trabajo de diseño de productos turísticos debe ser considerado como un trabajo artístico, original; los objetivos que se desean conseguir con el diseño de un producto son: rentabilidad económica, social y ambiental y la satisfacción de la demanda (Machado y Hernández, 2008).

En el caso de las rutas turísticas el elemento principal para su diseño es, en primer lugar, la definición y construcción de la misma y, a continuación, su comercialización, para lo cual es imprescindible ofrecer un producto turístico atractivo para el viajero que busca experiencias (López y Margarida, 2011).

En este capítulo se presenta el resultado del proceso de diseño de una ruta alimentaria, en función de los recursos y atractivos turísticos asociados a la producción cafetalera en la porción occidental del Macizo Guamuhaya y de la demanda real, estudio presentado en el capítulo dos.

Se utilizaron métodos y técnicas de trabajo en equipo tales como: la tormenta de ideas, el análisis documental, la matriz recursos-locaciones, la matriz actividades-preferencias y el calendario de control.

3.2. Procedimiento para el diseño de la ruta alimentaria del café en el Macizo Guamuhaya

Para el diseño de la ruta alimentaria del café en la porción occidental del Macizo Guamuhaya se aplica la metodología propuesta por Flores (2012) adaptada sobre la base del procedimiento de Machado (2011), según análisis presentado en el epígrafe 1.6 del capítulo uno.

La metodología comprende dos etapas, que se estructuran en fases y actividades. A continuación se presenta en detalles:

Etapa 1 Evaluación del potencial turístico

- a. Diagnóstico de la situación turística
- b. Inventario de recursos naturales y culturales
- c. Matriz FODA

Etapa 2 Diseño técnico de la Ruta

a. Estudio de mercado

Análisis de la oferta y la demanda turísticas, segmentación del mercado, análisis de la competencia y determinación de la demanda objetiva.

b. Definición del Producto.

En esta fase la autora propone estructurar la ruta, de modo general, sobre la base de los atractivos de mayor potencial y los resultados obtenidos en el estudio de mercado, incluyendo las actividades preferidas por los clientes, la misma tiene en cuenta las siguientes actividades:

1. Concepto de la ruta: A partir de la información aportada por el diagnóstico de la situación actual, incluyendo el inventario de los recursos se conceptualiza la ruta.

2. Mapa de identificación de la ruta: Se elabora un mapa de ruta basado en el análisis de los atractivos inventariados, tomando en cuenta a los atractivos de mayor jerarquía, la accesibilidad hacia cada uno de ellos y la conectividad.

3. Identificación y descripción de los sitios promisorios para la ruta: El inventario de los atractivos existentes permite la identificación y descripción de los lugares en donde se pueden practicar actividades turísticas integrando los recursos tanto naturales como culturales.

4. Objetivo de la ruta: Se establece en base a la finalidad que tiene la construcción de la ruta y el aporte que representa para el desarrollo de la población.

5. Actividades turísticas principales y complementarias: Estas actividades se establecen en base al perfil del turista y el potencial natural y cultural presente para el desarrollo de la ruta.

6. Caracterización de la planta turística existente: Se procede a caracterizar los establecimientos que pueden ser incorporados como parte de la oferta del producto turístico en cuestión. Para ello se elabora una ficha en donde se registran los datos del establecimiento

7. Propuesta de empaquetamiento: Conforme a la planta turística disponible y los atractivos de mayor jerarquía se establecen paquetes turísticos en donde se consideren los siguientes elementos: nombre del paquete, codificación (numeración), duración (horas, días, noches), carácter (historia, naturaleza, cultura, aventura), tiempo de las actividades (inicio, duración), itinerario y descripción de actividades (en orden de visita),

dificultad (fácil, moderado, difícil), servicios que se incluyen, precio (por número de pasajeros) y requerimientos para la visita.

8. Requerimientos necesarios para la operación de la ruta: Mediante salidas de campo a cada una de las áreas que forman parte de la ruta se determinan los requerimientos y las necesidades turísticas para su operación, estas necesidades se establecen en base a los requerimientos que presenta la ruta para su operación.

9. Propuesta para cubrir los requerimientos de la ruta

En base a los requerimientos que presenta la ruta para su operación, se proponen alternativas para cubrir dichos requerimientos, como pueden ser: programas de capacitación, manual de identidad corporativa, implementación de facilidades turísticas, entre otras, elementos que sin duda constituyen un aporte importante para que la ruta pueda ser operada.

A las etapas anteriormente expuestas se agregaron otras cuatro, para lograr completar el proceso de diseño, las que se tomaron como se mencionó al inicio de este epígrafe, del procedimiento de Machado (2011) y se explican a continuación:

Estratégica donde se definen las estrategias correspondientes al resto de las variables del Marketing Mix y el correspondiente plan de acciones.

Previsión de gastos e ingresos en la cual se estiman los recursos financieros que se requieren para su puesta en marcha y los beneficios que se espera obtener como resultado de la puesta a la venta del nuevo producto.

Control y seguimiento con vistas a detectar los posibles fallos y desviaciones a tiempo, y prever con anticipación para poder aplicar soluciones y medidas correctoras con inmediatez, para lo cual se utiliza el calendario de control donde se definen las actividades con sus correspondientes plazos de ejecución y responsables.

Retroalimentación con el fin de supervisar constantemente la retroalimentación de los clientes y el personal involucrado, en relación con los éxitos, fallos, desempeños de la competencia y nuevas necesidades, para lo que la autora recomienda estrategias a partir del ciclo de vida del producto las cuales incluyen al nivel crecimiento, al nivel desarrollo y al nivel declive.

3.3. Resultados de la aplicación del procedimiento seleccionado

La metodología en cuestión se comenzó a aplicar en la fase de Definición del Producto como parte de la etapa Diseño Técnico de la Ruta, ya que mediante el diagnóstico de la situación actual de la porción occidental del Macizo Guamuhaya realizado en el capítulo anterior, se realizó el inventario de los recursos turísticos y su jerarquización incluyendo la infraestructura, así como un estudio de mercado que permitió identificar tres segmentos de mercado claves (estudiantes, profesionales y turistas de la tercera edad retirados), caracterizar la oferta y evaluar la competencia.

Como premisa para el diseño de la ruta se identificaron los principales agentes implicados y se definieron los miembros del equipo de diseño, el cual está compuesto por:

- Comercial Havanatur.
- Comercial Agencia de Viajes Havanatur Centro.
- Especialista Flora y Fauna.
- Complejo Topes de Collantes.
- Director de Medio Ambiente Delegación Gaviota S.A Centro.

En sesiones del equipo participaron además como miembros del mismo: funcionarios de Cultura, Patrimonio y delegados del Ministerio de la Agricultura de las localidades implicadas.

3.3.1. Concepto de la ruta

Itinerario turístico que realiza un recorrido cuyo eje central es el café donde todos los atractivos a visitar están relacionados con este producto gastronómico, bien sea de forma directa o indirectamente, vinculando actividades de carácter natural y cultural mediante un programa activo guiado en el que el turista experimente el contacto con la comunidad rural y con el entorno natural que lo rodea.

Sobre la base de esta idea conceptual se procede a evaluar la prefactibilidad de la misma en términos del mercado, los aspectos técnicos, organizacionales y financieros, según propone Machado (2011).

En cuanto a la prefactibilidad del mercado:

- Como se demostró en el capítulo anterior existe una demanda potencial con interés en la ruta del café, provenientes de países como Alemania, Reino Unido,

Francia y Estados Unidos, que organizan el viaje a través de AA.VV y TT.OO y poseen ingresos medios.

- La porción occidental del Macizo Guamuhaya posee las condiciones rurales necesarias para la práctica de la ruta alimentaria del café, debido a la exuberancia de sus paisajes con endemismos, su historia y las atracciones que encierra vinculadas a la cosecha y producción del café como cultivo fundamental de la zona.
- Con respecto al producto, se propone el desarrollo de una ruta flexible en cuanto al acceso, de manera que se puede comenzar el recorrido desde dos de las provincias centrales: Cienfuegos o Santa Clara. Para ello se va a seguir como hilo conductor el proceso de producción artesanal del café integrando las actividades de mayor preferencia según los resultados del estudio de mercado mostrados en el capítulo anterior.
- Actualmente se desarrolla este tipo de modalidad de turismo rural en otras zonas del país como Viñales, pero asociada fundamentalmente al cultivo del habano. La zona objeto de estudio tiene como ventaja el reconocimiento a nivel nacional como una de las principales productoras de café en el país.
- El precio del producto se establecerá en función de los segmentos de mercado y de la temporada turística, de la cual depende el costo de la oferta, teniendo en cuenta además el recorrido que se determine según el punto de partida y cierre de la ruta.
- Se pretende comercializar a través de la Agencia de Viajes Havanatur y sus representaciones en todos los destinos del país, según se determine a nivel de Casa Matriz.

En cuanto a la prefactibilidad técnica:

- Existe la infraestructura turística y equipamiento necesario para el desarrollo de una ruta del café en la porción occidental del Macizo Guamuhaya.
- Se cuenta con los medios de traslado necesarios, utilizando el parque de equipos del Grupo Gaviota que radica en el Complejo Topes de Collantes.
- Se puede acceder a la zona por diferentes vías, las cuales se encuentran en buen estado, pues muchas han sido reparadas.

En cuanto a la prefactibilidad organizacional:

- Es compatible con la imagen de la Agencia Havanatur y responde a su política de desarrollo.
- Existe aceptación por parte de la comunidad para brindar acogida y un trato hospitalario a los visitantes.
- Se cuenta con capital humano necesario y capacitado tanto para brindar los servicios de guiaje como de restauración y atención al visitante.
- Es preciso establecer los contratos con instituciones y organismos implicados en la prestación de servicios durante el recorrido (Flora y Fauna, Cultura Provincial, Empresa Agropecuaria Jibacoa, Complejo Topes de Collantes, Transtur, entre otros).

En cuanto a la prefactibilidad financiera:

- Se precisa como parte de la inversión inicial materiales promocionales para el lanzamiento del producto, la señalización de la ruta a través de todo el recorrido y el acondicionamiento de establecimientos vinculados a la misma.
- La AA.VV Havanatur asume el costo de la operación (transporte, restauración y alojamiento).

Posibles riesgos:

- El precio de la ruta supere lo que está dispuesto a pagar el mercado, por los costos de la operación.
- No se logre el cumplimiento de lo pactado con los actores locales afectando el éxito del producto.
- La calidad de los servicios brindados no responda a los requerimientos del mercado.

El análisis de prefactibilidad demuestra la existencia de condiciones favorables para el desarrollo de la ruta y pone en evidencia los requerimientos necesarios para llevar a efectos la ruta, los que deben tenerse en cuenta a la hora de trazar las estrategias. A partir de este resultado se procede a su definición en detalle.

3.3.2. Mapa de identificación de la ruta

El mapa se basó en el análisis del inventario de recursos, tomando en cuenta a los atractivos de mayor jerarquía, la accesibilidad hacia cada uno de ellos y la conectividad entre ellos (**Anexo 26**).

3.3.3. Identificación y descripción de los sitios promisorios para la ruta

El primer paso en este sentido consiste en determinar las locaciones, los recursos presentes en estas y las actividades a realizar en cada una de ellas (**Anexo 27**), para luego enfrentarlas a las preferencias del mercado.

3.3.4. Objetivo de la ruta

Integrar la diversidad de atractivos que posee la porción occidental del Macizo Guamuhaya con relación a la producción cafetalera, mediante el desarrollo de un itinerario turístico que gire en torno a dicho producto desde su cosecha y producción hasta su degustación, logrando la interacción con la comunidad rural como principal actor del proceso.

3.3.5. Actividades turísticas principales y complementarias

Para definir las actividades turísticas principales se seleccionaron las actividades preferentes para cada uno de los segmentos determinados y se procedió a establecer el orden de prioridades a dichas actividades (Cuadros 1,2 y3).

Para ello se tuvieron en cuenta todas las actividades que fueron aceptadas por más del 50% de los turistas que integran cada segmento de mercado potencial y la matriz actividades-preferencias que se presenta en el Anexo 17.

Cuadro 1 Actividades ordenadas por preferencias (segmento de estudiantes)

	<u>Naturaleza y aventura</u>	<u>Cultura</u>
1	Bañarse en ríos y cascadas y explorar cuevas, grutas o cavernas.	Degustar de la gastronomía autóctona
2	Relajarse en un ambiente natural.	Visitar las fincas cafetaleras.
3	Paseos en botes, ver flora y fauna autóctonas y vistas espectaculares desde miradores.	Intercambio con los productores y pobladores.
4	Recorrer senderos.	Participar en la siembra y/o despulpado manual del café.
5	Montar a caballo o en mulos de carga.	Conocer las típicas viviendas campesinas.
6		Visita a museos y sitios de interés histórico y visitas a centros vinculados a la producción cafetalera en el Escambray

7		Visitar sitios arqueológicos
8		Artesanías y manifestaciones culturales

Fuente: Elaborado por el autor.

Cuadro 2 Actividades ordenadas por preferencias (segmento de profesionales)

	Cultura	Naturaleza y aventura
1	Degustar de la gastronomía autóctona.	Vistas espectaculares desde miradores
2	Visitar las fincas cafetaleras.	Ver flora y fauna autóctonas.
3	Conocer las típicas viviendas campesinas.	Relajarse en un ambiente natural
4	Intercambio con los productores y pobladores	Bañarse en ríos y cascadas.
5	Visitar sitios arqueológicos.	Recorrer senderos.
6	Visitas a centros vinculados a la producción cafetalera en el Escambray	Explorar cuevas, grutas o cavernas.
7	Participar en la siembra y/o despulpado manual del café.	Paseos en botes
8	Visitar museos y sitios de interés histórico.	Montar a caballo o en mulos de carga.
9	Artesanías y manifestaciones culturales	Acampadas

Fuente: Elaborado por el autor.

Cuadro 3 Actividades ordenadas por preferencias (segmento de la tercera edad)

	Cultura	Naturaleza y aventura
1	Visitar las fincas cafetaleras.	Ver flora y fauna autóctonas.
2	Visita a museos y sitios de interés histórico y artesanías y manifestaciones culturales	Relajarse en un ambiente natural
3	Intercambio con los productores y pobladores	Vistas espectaculares desde miradores
4	Degustar de la gastronomía autóctona.	Paseos en botes
5	Visitar sitios arqueológicos.	Bañarse en ríos y cascadas y explorar cuevas, grutas o cavernas.
6	Visitas a centros vinculados a la producción cafetalera en el Escambray	Recorrer senderos. (bajo grado de dificultad)
7	Conocer las típicas viviendas campesinas.	
8	Participar en la siembra y/o despulpado manual del café.	

Fuente: Elaborado por el autor.

3.3.6. Caracterización de la planta turística existente

Esta actividad ya se desarrolló durante el inventario de los recursos realizado en el capítulo 2 donde se caracterizó cada infraestructura mediante el método de la ficha técnica.

3.3.7. Propuesta de empaquetamiento

A partir de la identificación de los sitios promisorios de la ruta teniendo en cuenta cada recurso, su jerarquía, las actividades a desarrollar en cada uno de estos sitios y el orden de prioridad otorgado a cada actividad, por cada uno de los segmentos de mercado

potencial, se procedió a establecer programas diferentes para cada uno de estos segmentos.

Se trataron de ubicar los atractivos de mayor jerarquía vinculados a las actividades preferentes para cada segmento, organizados por etapas teniendo en cuenta las condiciones de accesibilidad y distancia entre cada uno de ellos.

Todos los programas diseñados están concebidos para tres días y tienen inicio con el alojamiento en el Hotel Hanabanilla, en todos los casos se accederá a la ruta desde Villa Clara o Cienfuegos, ya que los circuitos a los cuales se podrá insertar, provienen de la Habana fundamentalmente. Además los atractivos vinculados al cierre de la ruta se concentran en Topes de Collantes (Sancti Spíritus).

En todos los casos se desarrollará de forma guiada puesto que necesariamente requiere de la colaboración de guías locales que conozcan cada una de las áreas a visitar y los recursos presentes en la misma, asimismo se necesita de un guía intérprete que acompañe a los turistas durante todo el recorrido.

La ruta requiere que los turistas usen ropa cómoda y zapatos, ropa de baño y otros accesorios tales como: botellas de agua para beber, capa o sombrilla por si llueve; lo cual debe ser advertido por la agencia en el momento de comercializar o vender el producto. Tendrá un mínimo de 10 pax y un máximo de 45 pax, según análisis de la capacidad de carga que soporta el recorrido, realizado de manera conjunta por el especialista de Flora y Fauna y el Director de Medio Ambiente de Gaviota Centro.

Para la elaboración del programa del segmento de estudiantes se tuvieron en cuenta sus preferencias por las actividades de corte natural, por lo que se elaboró un programa con un fuerte componente de actividades de esta índole sin obviar la temática central de la ruta.

Mientras que para la elaboración de los programas de los segmentos de profesionales y de turistas de la tercera edad se tuvieron en cuenta sus preferencias por las actividades de carácter cultural, por lo cual se crearon programas con características similares en cuanto a actividades de esta índole (Tabla 3).

Tabla 3 Programa de la Ruta del Café por segmentos

Segmento de estudiantes		
Etapas	Actividades	Inicio/Duración
Primer día		
1. Hotel Hanabanilla	Desayuno y salida desde el hotel Recorrido en embarcación por la presa Hanabanilla. Observación del paisaje. Traslado hacia PNP Hanabanilla	9:00 am - 9:40 am
2. PNP Hanabanilla	Recorrido por cafetales y explicación de las características del café Degustación de frutas tropicales Abordaje de embarcación hasta el embarcadero y traslado en camión hacia El Nicho	9: 40 am – 11:40 am
4. Parque El Nicho	Recorrido del sendero “Reino de Las Aguas”. Baño en ríos y cascadas. Observación de flora y fauna autóctonas Almuerzo en el restaurante de Palmares “El Nicho” Tiempo para relajarse en un ambiente natural. Traslado en camión hasta la finca Santa Teresa.	12:00 m - 2:00 pm
5. Finca Santa Teresa	Visita a la finca cafetalera que conserva vestigios de lo que fuera la producción cafetalera en el Escambray durante el siglo XIX (sitio arqueológico y de interés histórico) Intercambio con el productor Retorno al hotel en camión Cena y noche incluida	2:30 pm - 3: 30 pm
Segundo día		
1. Hotel Hanabanilla	Desayuno y salida desde el hotel Traslado hacia La Piedra, en Manicaragua para comenzar el ascenso en camión hacia el Escambray, rumbo a la Granja Mular Observación del paisaje durante el ascenso a la montaña.	8:00 am- 9:00 am
2. Granja Mular	Explicación sobre las características del centro y su aporte a la producción cafetalera Traslado en mulos de carga hasta la Comunidad La Herradura	9: 15 am- 10:30 am
3. Comunidad La Herradura	Realización de talleres sobre encurtidos e intercambio con pobladores. Traslado en camión hacia la finca de Genaro	10:30 am-11:10 am
4. Finca de Genaro	Visita a la finca y sus alrededores (Rincón de reflexiones, el aula agroecológica del círculo de interés de los niños de la comunidad) Explicación sobre las técnicas específicas utilizadas para la cosecha del café en la zona. Participación en la siembra y despulpado manual del café. Degustación de la caña de azúcar y de un refrescante guarapo. Traslado en camión hacia restaurante en Jibacoa	11:30 am- 12: 30 pm
5. Restaurante en Jibacoa	Almuerzo con comida criolla en ranchón típico de la zona Traslado en camión hacia el Parque Guanayara	12: 50 pm- 1:50 pm
6. Parque Guanayara	Tiempo para relajarse en un ambiente natural Recorrido del sendero “Centinelas del Río Melodioso” Exploración de cuevas Baño en río y cascadas Observación de flora y fauna autóctonas Traslado en camión hacia el hotel Los Helechos en el	3:20 pm - 5:30 pm

	Complejo Topes de Collantes Cena y noche incluida con actividades recreativas nocturnas en la discoteca del hotel	
Tercer día		
1. Hotel Los Helechos	Desayuno Salida en camión hacia el Jardín de Variedades de Café	9: 00 am- 9:05 am
2. Jardín de Variedades de Café	Conocer cada una de las variedades de café y su procedencia Recorrer el sendero camino a la Casa del Café	9: 05 am-9:35 am
3. Casa del Café	Exposición sobre la historia del café en el mundo y en el Macizo Guamuhaya Explicación sobre las formas de preparación y hábitos de consumo Degustación del café en sus diferentes variedades Traslado caminando hasta Plaza de las Memorias	9: 40 am- 10:40 am
4. Plaza de las Memorias	Observación de típicas viviendas campesinas del siglo XIX. Visita a Casa de las Historias Topeñas y a la Casa del Artesano, con posibilidades de comprar artesanías Traslado caminando hacia la entrada al sendero La Batata	10:45 am - 11:20 am
5. Sendero La Batata del Parque Altiplano	Recorrido del sendero Baño en río y cascadas Exploración de cueva Observación de flora y fauna autóctonas. Traslado en camión hasta el Restaurante Mi Retiro	11:30 am - 12:40 pm
6. Restaurante Mi Retiro	Almuerzo a la carta Traslado hasta El Mirador del Caribe	1: 00 pm- 2: 00 pm
7. Mirador del Caribe	Vistas espectaculares del paisaje y de la ciudad de Trinidad Tiempo para relajarse Descenso de la montaña en camión hasta la carretera del Circuito Sur donde abordarán un ómnibus hasta la ciudad de Trinidad Alojamiento en un hotel de ciudad con cena incluida Fin de la Ruta	2: 20 pm – 3:20 pm
Segmento de profesionales		
Etapas	Actividades	Inicio/Duración
Primer día		
1. Hotel Hanabanilla	Desayuno Salida desde el hotel Traslado hacia La Piedra, en Manicaragua, para comenzar el ascenso en camión hacia el Escambray, rumbo a la Granja Mular Observación del paisaje durante el ascenso a la montaña	9:00 am - 10:00 am
2. Granja Mular	Explicación sobre las características del centro y su aporte a la producción cafetalera Visita a la sala de historia Paseos a caballo o en mulos Traslado en camión hacia la finca de Mercedes.	10:15 am - 11:00 am
3. Finca de Mercedes	Visita a la finca cafetalera Intercambio con la productora Explicación sobre las técnicas para la cosecha y las características específicas del café en la zona Participación en la siembra del café para el que lo desee Degustación de encurtidos Traslado en camión hacia la comunidad de Jibacoa	11:15 am - 12:15 pm

4. Restaurante en Jibacoa	Almuerzo con comida criolla en ranchón típico de la zona Traslado hacia la Cortina de la Presa Hanabanilla	12:45 pm - 1:45 pm
5. Cortina de la presa	Paseo en embarcación por el embalse Hanabanilla hasta llegar al PNP Hanabanilla	2:15 pm- 3:00 pm
6. PNP Hanabanilla	Observación de la flora y la fauna autóctonas Recorrido de senderos Tiempo para relajarse en un ambiente natural Baño en río Traslado en embarcación hacia el hotel Cena y noche incluida	3:00 pm - 4:30 pm
Segundo día		
1. Hotel Hanabanilla	Desayuno Traslado en camión desde el hotel hasta la Finca Santa Teresa	9:00 am - 10:00 am
2. Finca Santa Teresa	Visita a la finca cafetalera que conserva vestigios de lo que fuera la producción cafetalera en el Escambray durante el siglo XIX (sitio arqueológico y de interés histórico) Intercambio con el productor. Traslado en camión hacia el Parque El Nicho	10:00 am – 10:45 am
3. Llegada al Parque el Nicho	Vista espectacular desde mirador Recorrido del sendero "Reino de las Aguas" Baños en ríos y cascadas Observación de flora y fauna autóctonas Almuerzo en el Restaurante de Palmares "El Nicho" Traslado en camión hacia la finca de Omar "El Colorado"	11:05 am - 1:05 pm
4. Finca de Omar	Intercambio con el productor y su familia. Explicación del proceso de producción artesanal Participación en el despulpado manual del café Apreciación de manifestaciones populares como el baile del pilón Degustar frutas tropicales Traslado hasta el Hotel Los Hechos con cena y noche incluidas	2:20 pm - 3: 40 pm
Tercer día		
1. Hotel Los Helechos	Salida del hotel en camión hasta el Jardín de Variedades de Café	9: 00 am – 9:05 am
2. Jardín de Variedades de Café	Conocer cada una de las variedades de café y su procedencia Recorrer el sendero camino a la Casa del Café	9: 05 am-9:35 am
3. Casa del Café	Exposición sobre la historia del café en el mundo y en el Macizo Guamuhaya Explicación sobre las formas de preparación, hábitos de consumo y beneficios para la salud Degustación del café en sus diferentes variedades. Traslado caminando hasta Plaza de las Memorias	9: 40 am- 10:40 am
4. Plaza de las Memorias	Observación de típicas viviendas campesinas del siglo XIX. Visita a Casa de las Historias Topeñas y a la Casa del Artesano, con posibilidades de comprar artesanías Traslado en camión hacia el Parque El Cubano, vistas espectaculares durante el descenso de la montaña con posibilidades de fotografiar.	10:45 am - 11:20 am
5. Llegada al Parque El Cubano	Recorrido del sendero "Huellas de la Historia" Baños en ríos y casadas. Paseos a caballo para los que lo deseen Almuerzo en el Restaurante "Los Almendros"	11:50 am ...

	Traslado a la ciudad de Trinidad Alojamiento en un hotel de ciudad con cena incluida Fin de la Ruta	
Fin de la Ruta	Llegada a la ciudad de Trinidad, alojamiento en un hotel de ciudad.	
Segmento de la tercera edad		
Etapas	Actividades	Inicio/Duración
Primer día		
1. Hotel Hanabanilla	Desayuno Salida desde el hotel Traslado hacia La Piedra, en Manicaragua, para comenzar el ascenso en camión hacia el Escambray, rumbo a la Granja Mular. Observación del paisaje durante el ascenso a la montaña hasta llegar a la finca de Manolo	9:00 am - 10:00 am
2. Finca de Manolo	Intercambio con el productor y su familia Explicación sobre las técnicas para la cosecha Visita a la finca cafetalera y sus alrededores Participación en la siembra para los que lo deseen Tiempo para relajarse en un ambiente natural Observación de la flora y la fauna Degustación de frutas tropicales Traslado hacia la Estación Agroforestal	10:40 am – 11:40 am
3. Estación Agroforestal	Explicación sobre las características del centro, su aporte a la producción cafetalera y acerca de las características específicas del café en la zona	11:50 am - 12:30 pm
4. Restaurante en Jibacoa	Almuerzo con comida criolla en ranchón típico de la zona Traslado hacia la Cortina de la Presa Hanabanilla	12:45 pm - 1:45 pm
5. Presa Hanabanilla	Paseos en bote y traslado hacia el Hotel Hanabanilla en embarcación Cena y noche incluidas	2:15 pm...
Segundo día		
1. Hotel Hanabanilla	Desayuno Traslado en camión desde el hotel hacia la finca Santa Teresa	
2. Finca Santa Teresa	Visita a la finca cafetalera que conserva vestigios de lo que fuera la producción cafetalera en el Escambray durante el siglo XIX (sitio arqueológico y de interés histórico) Intercambio con el productor. Traslado en camión hacia el Parque El Nicho	10:00 am – 10:45 am
3. Llegada al Parque el Nicho	Vista espectacular desde mirador Recorrido del sendero "Reino de las Aguas" Baños en ríos y cascadas Observación de flora y fauna autóctonas Almuerzo en el Restaurante de Palmares "El Nicho" Traslado en camión hacia la finca de Omar "El Colorado"	11:05 am - 1:05 pm
4. Finca de Omar	Intercambio con el productor y su familia. Explicación del proceso de producción artesanal Participación en el despulpado manual del café Apreciación de manifestaciones populares como el baile del pilón Degustar frutas tropicales	2:20 pm - 3: 40 pm
5. Casa del artesano Alexei Vera	Talleres de artesanías vinculados al tejido de guaniquiqui, fibra utilizada para la conformación del jabuco(cesta para la recogida del café) Traslado hacia el hotel Los Helechos con cena y noche	3:55 pm - 4:30 pm

	incluidas	
Tercer día		
1. Hotel Los Helechos	Salida del hotel en camión hasta el Jardín de Variedades de Café	9: 00 am – 9:05 am
2. Jardín de Variedades de Café	Conocer cada una de las variedades de café y su procedencia Recorrer el sendero camino a la Casa del Café	9: 05 am-9:35 am
3. Casa del Café	Exposición sobre la historia del café en el mundo y en el Macizo Guamuhaya Explicación sobre las formas de preparación, hábitos de consumo y beneficios para la salud Degustación del café en sus diferentes variedades. Traslado caminando hasta Plaza de las Memorias	9: 40 am- 10:40 am
4. Plaza de las Memorias	Observación de típicas viviendas campesinas del siglo XIX. Visita a Casa de las Historias Topeñas y a la Casa del Artesano, con posibilidades de comprar artesanías Traslado en camión hacia el Parque Codina	10:45 am - 11:05 am
5. Parque Codina	Recorrido del sendero "Alfombra Mágica" de complejidad baja. Vistas espectaculares desde el mirador Observación de flora fauna autóctonas Tiempo para relajarse en un ambiente natural Almuerzo en el restaurante Codina Traslado hacia al Museo de Arte Cubano de Topes de Collantes	11:40 am - 1:40 pm
6. Museo de Arte Cubano	Visita al Museo para apreciar la manifestación artística que lo define: la plástica; el cual poseen una rica colección de diversos artistas cubanos de los años 80. Descenso de la montaña en camión hasta la carretera del Circuito Sur donde abordarán un ómnibus hasta la ciudad de Trinidad Alojamiento en un hotel de ciudad con cena incluida Fin de la ruta	2:20 am - 2:50 am

Fuente: Elaborado por el autor.

Se ubicaron los recursos utilizados para la conformación de la ruta en el mapa y de esta forma quedó trazada como se muestra en el **Anexo 28**. Luego se procedió a determinar los requerimientos para su operación los cuales aparecen detallados en el Cuadro 4.

3.3.8. Requerimientos necesarios para la operación de la ruta

En esta fase se establecieron los requerimientos, las necesidades turísticas para la operación de la ruta en base a dichos requerimientos y se establecieron las correspondientes propuestas para cubrirlas.

Cuadro 4 Requerimientos necesarios para la operación de la ruta

Requerimientos	Necesidades	Propuesta
Señalización de la ruta	Crear señales rústicas que indiquen el recorrido a seguir	Contrato con Flora y Fauna.
Mapas de la ruta	Identificar los sitios y atractivos a visitar e indicar el recorrido de modo general.	Contrato con GEOCUBA
Guía locales preparados en materia del café y en idiomas	Transmitir información confiable a los turistas.	Planes de capacitación
Información científica sobre el café y beneficios que aporta a la salud.	Transmitir información confiable a los turistas.	Búsqueda exhaustiva en Internet, libros y otros documentos
Caballos y mulos aptos para la monta	Trasladar a los turistas haciendo uso del atractivo que encierra este medio de transporte.	Contrato con Flora y Fauna Villa Clara que administra la Granja Mular
Insumos para los talleres de encurtidos	Crear las condiciones higiénico-sanitarias para mostrar a los turistas el proceder para su elaboración. Colaborar con los medios necesarios para su producción.	Negociación con prestatarios y gestión de materiales y materias primas con las entidades turísticas como parte del proceso de reciclaje
Insumos para el servicio de café	Crear las condiciones para mostrar a los turistas el proceder para la elaboración del café en sus diferentes variedades.	Negociación con prestatarios, capacitación de los actores del proceso y gestión de materiales, materias primas.
Restaurante acondicionado en Jibacoa para brindar servicio a turistas	Crear las condiciones higiénico-sanitarias y materiales para el servicio a los turistas.	Firma de Contrato con el propietario
Fincas acondicionadas para la acogida de los turistas	Crear las condiciones para el recibimiento y acogida los turistas (disponer mesas, taburetes y bancos)	Firma de contratos con la Empresa Forestal de Jibacoa
Cuerpo de baile campesino	Mostrar manifestaciones culturales tales como el baile del pilón y otros bailes campesinos.	Contrato con Cultura Provincial o Municipal (grupo de aficionados)
Souvenires para entregar	Crear una imagen y promocionar	Contratos con artesanos de

que identifiquen la ruta (tasas y vasijas de barro con el nombre de la ruta grabado)	el producto.	la zona y de Trinidad.
--	--------------	------------------------

Fuente: Elaborado por el autor

3.3.9. Definición de estrategias

Esta etapa constituye la fase superior del diseño de producto, pues permite detallar en estrategias y acciones concretas, los pasos a seguir para llevar el producto diseñado al mercado meta. Para ello se desarrollan un grupo de estrategias en función de las variables del mix del marketing turístico.

Estrategias de precio

- 1-Aplicación de una política de precios diferenciada por segmentos de mercado.
- 2-Aplicación de una política de precios diferenciada de acuerdo a la temporada turística.

Estrategias de Distribución

- 3-Introducción del producto (Ruta del Café) en la cartera de los TTOO y AA.VV que operan en los mercados meta.
- 4-Insersión del producto a los circuitos procedentes del Occidente del país que transitan por la zona.

Estrategias de Comunicación

- 5-Presentación del producto bajo un nombre comercial que refleje su cubanía y autenticidad.
- 6-Comunicación directa del producto, a través de la presentación en los mercados metas.
- 7-Promoción del producto mediante la entrega de souvenirs relacionados con la tradición del consumo del café en la zona.
- 8- Generación de materiales promocionales especializados acorde con la producción y consumo del café en la zona.
- 9-Obtención del posicionamiento en los mercados metas, como un producto que muestra las tradiciones, costumbres, cultura y forma de vida del campesino cubano.

Estrategias de personal

- 10-Concienciación de la población local.

11-Selección y preparación a pobladores locales con el fin de que se desempeñen como guías turísticos especializados del producto.

Estrategia de Infraestructura

12-Acondicionamiento y preparación de los establecimientos donde se desarrollan actividades del producto propuesto.

Cada una de las estrategias propuestas se sustenta en un plan de acción, el cual se muestra en el **Anexo 29**.

3.3.10. Previsión de gastos e ingresos

La actividad que da inicio a esta etapa consiste en determinar las inversiones necesarias para la puesta en marcha del producto y los gastos a incurrir tanto en el proceso de gestión como en comunicación y distribución.

Para ello se debió elaborar la ficha de costo para cada recurso, teniendo en cuenta las actividades a realizar, los servicios a prestar y recursos requeridos, derivado del proceso de contratación entre la AAVV Havanatur y los prestatarios.

Hasta el momento no se cuenta con la información necesaria para desarrollar este paso de vital importancia en el análisis de factibilidad económica del producto. Por consiguiente, no se presenta un resultado cuantitativo real.

No obstante se realizó un análisis de los ingresos que podría generar el producto insertado en los circuitos tradicionales que atraviesan la región central de país, sobre la base de productos similares de la competencia.

En este sentido se pudo constatar que los mismos presentan precios entre 700 y 1000 CUC / pax aproximadamente, sin incluir boletería aérea.

El margen comercial para la Agencia Havanatur es del 3% y se determinan 10 pax mínimo para que se realice el circuito y la tasa de interés del 13% según establece el Banco Nacional de la República de Cuba.

Teniendo en cuenta que se trata de un producto en la etapa de introducción de su ciclo de vida y considerando la media de los precios de la competencia, el equipo de diseño estimó un precio inicial de 850 CUC/pax, para el cálculo aproximado de los ingresos que generaría el producto; considerando además los siguientes supuestos:

1. Se organice un viaje semanal durante todo el año.
2. La tasa de crecimiento anual del producto es del 1%.

Con estos datos se calcula el ingreso anual:

Ingresos del primer año = 850 cuc / pax * 10 pax * 4 veces al mes * 12 meses del año

Ingresos del primer año = 408000,00 CUC

Sobre esta base las utilidades que generaría al cabo de 5 años de operación, serían aproximadamente de 62436,30 CUC; demostrando la factibilidad económica de la propuesta (Tabla 4).

Tabla 4 Resultados económicos del producto

	Crecimiento Anual (1%)					TOTAL
	1	2	3	4	5	
Ingresos	408000,00	412080,00	416200,80	420362,81	424566,44	
Utilidades (3%)	12240,00	12362,40	12486,02	12610,88	12736,99	62436,30

Fuente: Elaborada por la autora.

Control y seguimiento

El control constituye una condición indispensable de planeación donde el seguimiento del proceso se exige para su mejora continua.

El mecanismo de control y seguimiento del producto propuesto permite evaluar en tiempo real cada una de las tareas que se realicen con vistas a lograr las estrategias de distribución trazadas.

Una vez iniciada la operación del producto se hace necesario identificar las fallas o los errores que se pudieron cometer durante su diseño, elementos que se pudieron haber agregado, estrategias que faltaron y acciones mal concebidas.

Para ello es preciso conocer el comportamiento real del producto, nivel de satisfacción de los clientes, nivel de aceptación del producto, situación de la competencia y prestatarios, estado de opinión interno, eventos favorables o amenazas del entorno, entre otros.

En esta etapa se proponen acciones (Cuadro 5) que permitirán controlar y dar seguimiento a los resultados del producto durante su operación.

Cuadro 5 Acciones de seguimiento y control

Acciones	Responsable
Analizar comportamiento de la demanda por segmentos de mercado para ajustar el perfil previo.	Havanatur
Evaluar continuamente el desempeño de los vendedores en los diferentes puntos de venta del producto (Ruta del Café).	Havanatur
Realizar entrevistas a agentes de viajes y turoperadores involucrados en su comercialización para evaluar la marcha del producto.	Havanatur
Realizar encuestas a clientes para conocer su estado de opinión y grado de satisfacción.	
Analizar el volumen de ventas mensuales del producto y compararlo con la previsión de gastos e ingresos realizada para verificar su rentabilidad.	Havanatur
Diseñar un plan de contingencias para el caso de ocurrencia de eventos que afecten el flujo informativo de los procesos propios del producto y contrarrestar desviaciones en la puesta en marcha.	Equipo de diseño
Chequear periódicamente el cumplimiento de los contratos establecidos con los distintos prestatarios de servicios.	Havanatur
Realizar auditorías de producto trimestralmente.	Havanatur
Monitorear constantemente los mercados que visitan el país para la identificación de nuevos segmentos interesados en la realización de actividades de la ruta.	Havanatur
Mantener actualización constante sobre las tendencias de la demanda y la oferta de turismo en espacios rurales a nivel nacional e internacional.	Havanatur

Fuente: Elaborado por el autor

3.3.11. Retroalimentación

En esta etapa se definen las estrategias a seguir en cada una de las etapas (Cuadro 6) en que se desarrolla el producto durante su ciclo evolutivo.

Cuadro 6 Estrategias de crecimiento, desarrollo y declive del producto

	Estrategias		
	Crecimiento	Desarrollo	Declive
Producto	Chequeo sistemático de la evolución del producto y del comportamiento de los segmentos de mercado.	Incorporación de mejoras (valores añadidos) al producto. Estudio de las potencialidades de otros atractivos cercanos a la ruta con vistas a incluirlos. Integración a circuitos nacionales.	Rejuvenecimiento del producto con el fin de producir un cambio en el mismo de acuerdo a las tendencias del mercado y a las nuevas alternativas de la oferta.
Precio	Mantener el precio o subirlo ligeramente si la demanda ha crecido, través de la optimización de los	Disminución de precios pero manteniendo la calidad y prestaciones. Modificar el precio en función de las	Estimación de precios en función de los cambios del producto tratando de mantener los niveles de costo.

	costos, teniendo en cuenta las diferencias entre los segmentos.	modificaciones del producto. Diferenciación por segmentos de mercado.	
Distribución	Identificación de los intermediarios con mayor competencia y establecimiento de niveles jerárquicos con vistas a fortalecer el canal desarrollado.	Fortalecimiento de las relaciones con los miembros de los canales tradicionales. Revisión de contratos con intermediarios y prestatarios para la inclusión o eliminación de cláusulas a partir de los cambios realizados al producto.	Búsqueda y evaluación de nuevos canales, incluyendo TT.OO especializados de los mercados emisores.
Comunicación	Mantenimiento de las acciones publicitarias, de promoción y relaciones públicas.	Intensificación de las acciones de relaciones públicas y de promoción. Desarrollo de programas de fidelización para clientes y miembros del canal.	Relanzamiento del producto utilizando todos los instrumentos de comunicación posibles.
Infraestructura	Procuración por el estado de mantenimiento y acondicionamiento de los establecimientos de servicios vinculados a la ruta.	Mantenimiento de las condiciones higiénico-sanitarias y materiales de los establecimientos.	Conservación de las infraestructuras (establecimientos) e incorporación de mejoras materiales.
Personal	Especialización de los recursos humanos en función del producto y del mercado.	Incentivar y estimular en función de elevar nivel de ventas.	Reorientación de la capacitación del personal en función de los requerimientos que demanda el rejuvenecimiento del producto.

Fuente: Elaborado por el autor.

3.4. Conclusiones del tercer capítulo

1. La ruta diseñada se definió como un itinerario turístico cuyo eje central es el café, donde todos los atractivos están relacionados con la producción y consumo de dicho alimento; con el fin lograr la participación de la comunidad en el proceso, así como la integración de las potencialidades de la zona.
2. El análisis de factibilidad del producto desde los puntos de vista del mercado, técnico, organizacional y financiero, así como de los posibles riesgos, dio como resultado la existencia de condiciones favorables para el desarrollo de la Ruta del Café en la porción occidental del Macizo Guamuhaya.
3. Se trazaron tres programas diferentes para la Ruta del Café sobre la base de las preferencias de los tres segmentos identificados y de los atractivos de mayor jerarquía, determinando los requerimientos para su operación y las estrategias según mix de marketing.
4. La previsión de ingresos y gastos del producto se realizó sobre la base de los ingresos anuales de la AA.VV Havanatur por concepto de la venta de circuitos similares, lo que demuestra su factibilidad económica pues es capaz de generar altos niveles de utilidad en el corto período de cinco años.

CONCLUSIONES



CONCLUSIONES

1. Las rutas alimentarias constituyen itinerarios turísticos basados en alimentos en torno a los cuales se construye el recorrido, con actividades recreativas y culturales que permiten al visitante explorar la cadena de valor del alimento desde la producción hasta la degustación. Este tipo de producto turístico cuenta con su propia estructura organizativa que difiere del resto de los productos turísticos convencionales.
2. En la bibliografía consultada se pudo constatar la carencia de un procedimiento para el diseño de rutas alimentarias, que abarque en detalle todas las etapas necesarias para el diseño de este tipo de producto, por lo que se adoptaron dos teorías complementarias entre sí, en este caso la metodología de Flores (2012) y de Machado (2011).
3. La porción Occidental del Macizo Guamuhaya comprende los Paisajes Naturales Protegidos Hanabanilla y Topes de Collantes y diversas comunidades rurales, cuyo desenvolvimiento económico gira en torno al turismo y a la agricultura, fundamentalmente al cultivo del café.
4. La zona cuenta con un elevado potencial turístico que se evidencia en una gran variedad de atractivos con relación a la producción cafetalera y diversas infraestructuras turísticas y equipamientos. Esto, unido a la existencia de una demanda con interés en conocer sobre el proceso de producción artesanal del café y las limitaciones de los productos que oferta la competencia, justifican la creación de una ruta alimentaria entorno a este recurso.
5. De esta forma se diseñó la ruta como un itinerario turístico cuyo eje central es el café, conformando tres programas que dan respuesta a las preferencias particulares de los segmentos de mercado definidos e integran todos los atractivos con la producción y consumo de dicho alimento.
6. El producto generado es factible económicamente pues es capaz de generar utilidades significativas y a su vez, permite el aprovechamiento de las potencialidades de la zona, logrando la participación de la comunidad en el proceso; por lo que queda demostrada la hipótesis de la investigación.

RECOMENDACIONES



RECOMENDACIONES

1. Incorporar el producto turístico Ruta del Café a la cartera de productos del resto de las AA.VV receptoras del territorio nacional, como variante para diversificar su oferta.
2. Realizar convenios con el CITMA y Flora y Fauna, que permitan obtener las licencias ambientales necesarias para implementar el producto turístico propuesto en la zona.
3. Gestionar contratos con los diferentes prestatarios involucrados en la operación de la ruta, incluyendo los de carácter no estatal.
4. Garantizar el control por parte del gobierno local durante la operación del producto, de manera que se garantice su contribución a la economía de las comunidades de la zona.
5. Continuar profundizando en el tema del turismo rural como alternativa de diversificación de la oferta regional y opción de desarrollo de las comunidades rurales nacionales, sobre la base de criterios de sostenibilidad.

BIBLIOGRAFÍA



BIBLIOGRAFÍA

1. Acerenza, M. A (2003) "Gestión de Marketing de Destinos Turísticos en el ambiente competitivo actual" en *Aportes y Transferencias*, Vol. 2, Año 7. Centro de Investigaciones Turísticas, Facultad de Ciencias Económicas y Sociales, Universidad Nacional de Mar del Plata, España.
2. Ascanio, A (2010) "El objetivo del Turismo ¿Una posible ciencia social de los viajes?" en *Pasos*, Vol. 8, número 4, pp. 633-641.
3. Barrera, E (2005) *Turismo rural en América Latina*. Buenos Aires, Argentina.
4. Barrera, E y Bringas, O (2008) "Las Rutas Alimentarias: Una arquitectura turística basada en la identidad de los alimentos" en *Gastronomic Sciences Food for Thought*.
5. Barrera, E y Bringas, O (2009) " Rutas Alimentarias: una estrategia de negocios inclusivos que vincula las políticas agrarias y turísticas" en *Études Caribéennes* . [En línea] Disponible en: <http://etudescaribeennes.revues.org/3828> [Accesado el 27/3/2013]
6. Barrera, E y Muratore, N (2003) *Casos y experiencias de turismo rural. El Turismo Rural en Latinoamérica*. Curso de Gestión de Empresas y Proyectos de Turismo Rural, Argentina.
7. Bigné, J.; Font, X. y Andreu, L. (2000) *Marketing de Destinos Turísticos: Análisis y estrategias de desarrollo*. Editorial ESIC, Madrid, España.
8. Blanco, M y Riveros, H (2004) *Las rutas alimentarias, una herramienta para valorizar productos de agroindustrias rurales. El caso de la Ruta del Queso Turrialba*. Ponencia presentada en el Congreso Agroindustria Rural y Territorio, Toluca, México.
9. Bravo Sánchez, Y; Partido Santanach, D; Pérez Campdesuñer, R y Leyva Marrero, A (2009) "El despliegue de la función calidad en el diseño de productos turísticos con atractivos rurales" en *TURyDES*, Vol. 2, número 5.
10. Calderón Vázquez, F.J (2005) *Distrito Turístico Rural: Un modelo teórico desde la perspectiva de la oferta. Especial referencia al caso andaluz*. Tesis doctoral. Departamento de Economía y Administración de Empresas, Universidad de Málaga, pp. 286-291.
11. Camargo Toribio, I. (2003) *Aportaciones metodológicas para la implementación del turismo rural en la República de Cuba. Estudio de caso: zona turística de Viñales*,

- Pinar del río*. Tesis en opción al grado científico de doctor en Geografía, Universidad de Alicante, España.
12. Cebrián, F (2008) *Turismo rural y desarrollo local*. España, Universidad de Castilla, La Mancha.
 13. CITMA (2011) *Estrategia de Ciencia, Innovación Tecnológica y Medio Ambiente del Turquino Villaclareño 2011-2015*
 14. CITMA (2012) *Balance anual del Turquino 2012*.
 15. Colectivo de autores (2011) *Plan de manejo: Paisaje Natural Protegido Topes de Collantes*. Dirección de Protección al Medio Ambiente, Complejo de turismo "Topes de Collantes", Trinidad, Cuba.
 16. Colectivo de autores (2012) *Plan de Manejo: Paisaje Natural Protegido Hanabanilla 2012-2016*. Empresa para la protección de la Flora y la Fauna, MINAGRI, Villa Clara.
 17. Colectivo de autores (2013) *Materiales auxiliares y conferencias para la asignatura Análisis y procesamiento de encuestas*. Universidad Central Marta Abreu de Las Villas.
 18. Colina, J. M. 2006. *Monografía de Marketing Turístico*. [En Línea] Disponible en: www.monografias.com [Accesado el 27/2013]
 19. Cooper, C. (2007) *El Turismo: Teoría y práctica*. Editorial Síntesis, Madrid, España.
 20. De Jesus, L; Kastenholz, E y Figueiredo, E (2008) "A oferta do turismo no espaço rural. Estudo de caso da região Dão-Lafões" en *VII Coloquio Ibérico de Estudos Rurales: Cultura, innovación y territorio*, Portugal.
 21. De Juan Alonso, J. M y Pulido Fernández, J. I (2002) *Taller de trabajo: Elaboración y desarrollo de rutas turísticas*. Segundo Congreso Andaluz de Información Turística, Vera, Almería, España.
 22. Delfín Suárez, C. B (2010) *Proyecto de ruta de interpretación agroturística en las haciendas cafetaleras del municipio Boconó*. Tesis presentada en opción al Título de Master en Gestión Turística, Instituto Universitario de Tecnología del Estado Trujillo y Centro de Estudios Turísticos, Universidad de La Habana, Convenio Cuba-Venezuela.

23. Flores Ruiz, D. (2007) *Análisis de la oferta y demanda turística del Parque Natural Sierra de Aracena y Picos de Aroche*. Tesis de Maestría en Gestión Pública del Turismo: Competitividad y Sostenibilidad, Universidad Internacional de Andalucía.
24. Flores Ruíz, A.L (2012) *Diseño de una ruta turística para el Cantón Pangua, provincia de Cotopaxi*. Tesis presentada como requisito parcial para obtener el título de Ingeniería en Ecoturismo, Facultad de Recursos Naturales, Escuela de Ingeniería en Ecoturismo, Riobamba, Ecuador.
25. Ginés, H. (2011). *Mesonificación Ecológica y Económica para el desarrollo sostenible de la Provincia Satipo. Informe Temático: Evaluación del potencial turístico*. Provincia Satipo. Perú. [En línea] Disponible en: www.iiap.org.pe [Accesado el 20/2/2013]
26. Gómez González, F.E (2012) *Propuesta de un producto turístico rural "a la carta" en la zona del Valle de Jibacoa*. Trabajo de Diploma, Centro de Estudios Turísticos, Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas, Santa Clara, Cuba.
27. Gómez Reyes, A. E y Palmero Berberena, R (2012) "El turismo en espacios rurales cubanos" en *Boletín Espacio Turístico*. Escuela de Hotelería y Turismo "Perla del Sur", Cienfuegos, Cuba.
28. González Ávila, M.E (2011) "Una propuesta para desarrollar el turismo rural en los municipios de Zacatecas México. Las rutas agro-culturales" en *Pasos*, Vol. 9, número 9, pp. 129-145.
29. Guanuche Chávez, D.A (2012) *Diagnóstico de las potencialidades turísticas del Cantón Zaruma en perspectiva de desarrollo de su territorio*. Tesis de grado previa la obtención del título de Licenciado en Administración de Hotelería y Turismo. Machala, El Oro, Ecuador.
30. Hernández Aro, Y. y Machado Chaviano, E. (2010) *La actividad turística en Cuba, análisis crítico de la aplicación del Marketing en su sector empresarial*. Centro de Estudios Turísticos, Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas, Santa Clara, Cuba.
31. Kotler, P.; Bowen, J.; Makens, J.; Rufín Moreno, R. y Reina Paz, M. (2004) *Marketing para el turismo*, Tercera Edición, PEARSON EDUCACIÓN, S.A., Madrid, España.

32. Llanes Robaina, L y Pretel Olite, P. R (2011) "Iniciativas concertadas para el desarrollo local en asentamientos aislados de difícil acceso" en *OIDLES*, Año 5, número 10, Grupo EUMED.NET de la Universidad de Málaga.
33. López, T y Maragarida, M (2011) *Tourism, culture and gastronomy. An approach to the culinary routes. Book of proceedings – International conference on tourism & management studies.* Algarve.
34. Machado Chaviano, E. (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.
35. Machado Chaviano, E. y Cuevas Romero, O. (2007) *Procedimiento participativo de productos turísticos integrados en el destino Cuba.* Tesis en opción al grado científico de Master en Marketing y Comunicación, Centro de Estudios Turísticos, Universidad de La Habana, Ciudad de la Habana, Cuba.
36. Machado Chaviano, E. L y Hernández Aro, Y (2008) "Productos turísticos integrados en el destino Cuba. Propuesta de procedimiento" en *TURyDES*, Vol. 1, número 2.
37. Martín Fernández, R. (2003) *Fundamentos del turismo.* Centro de Estudios Turísticos, Universidad de la Habana, Ciudad de la Habana, Cuba.
38. Martín Fernández, R. (2006) *Principios Organización y Práctica del Turismo.* Tomo 1. Centro de Estudios Turísticos, Universidad de La Habana, Ciudad de La Habana.
39. Martínez González, J. (2010) *Marketing Turístico y Gestión del Producto* [En Línea] Disponible en www.eumed.net [Accesado el 27/3/2013]
40. Martínez, M y Zárate, L (s.f.) *Turismo rural: un abordaje conceptual y una experiencia en Santiago del Estero.* Universidad Politécnica de Valencia, Argentina.
41. Medina F. X y Tresserras, J (2008) "Turismo enológico y Rutas del vino en Cataluña. Análisis de casos: D.O. Penedès, D.O. Priorat y D.O. Montsant " en *Pasos*, Vol. 6, número 3, pp. 493-509.
42. Molina, D (2012) *Marketing Turístico.* Colombia. [En línea] Disponible en: <http://www.marketing-mt.com> [Accesado el 27/3/2013]
43. Monterrubio, J.C (2009) "La inexistencia del derecho turístico. Un análisis conceptual" en *Estudios y perspectivas en Turismo*, Vol.18, número 6. Ciudad Autónoma de

Buenos Aires. [En línea] Disponible en:
<http://www.scielo.org.ar%20definic%20de%20tur%207%20DE%20NOV.htm>

[Accesado el 27/3/2013]

44. Morillo Moreno, M.C., (2011) "Turismo y producto turístico: Evolución, conceptos, componentes y clasificación" en *Visión Gerencial*. Año 10, número 1, pp. 135-156.
45. Montiel Rodríguez, S.; Estévez Paso, R. y Oliveros Blet, A. (1999) Turismo rural y desarrollo local en Cuba. Facultad de Geografía, Universidad de La Habana, Cuba.
46. Muñiz González, R. (2008) *Marketing en el Siglo XXI* [En línea] Disponible en: <http://www.marketing-xxi.com> [Accesado el 27/3/2013]
47. Muñoz Rojas, J.D e Ibáñez González, P.H (2010) *Rutas turísticas, un desafío vial*. Dirección de Vialidad, Región de Los Lagos, Chile.
48. Ochoa Llamas, I (2012) "Valoración de un producto turístico" en *TURyDES*, Vol. 5, número 12.
49. OMT (2006) *Tendencias de los mercados turísticos-Panorama mundial y actualidad del turismo*. Madrid, España.
50. Partido Comunista de Cuba (2011) "Lineamientos de la Política Económica y Social del Partido y de la Revolución" en *VI Congreso*, La Habana, pp.38
51. Perelló Cabrera, J. (2001) *Desarrollo y promoción de productos turísticos*. Centro de Estudios Turísticos, Universidad de La Habana, Ciudad de la Habana, Cuba.
52. Pulido Fernández, J.P y Cárdenas García, P.G (2011) "El turismo rural en España. Orientaciones estratégicas para una tipología aún en desarrollo" en *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, número 56. Departamento de Economía, Universidad de Jaén.
53. Ramos Abascal, M.I (2011) *La construcción teórica de la gastronomía como producto turístico cultural en México*. Universidad Anáhuac, Norte de México.
54. Renard Hubert, M.C y Thomé Ortiz, H (2010) *La Ruta de la Sal Prehispánica. Patrimonio alimentario, cultural y turismo rural en Zapotitlán de las Salinas, Puebla, México*. Departamento de Sociología Rural, Universidad Autónoma Chapingo, México.
55. Ricaurte Quijano, C (2009) *Manual para diagnóstico turístico local. Guía para planificadores*. Escuela Superior Politécnica del litoral, España.

56. Rigol Madrazo, L.M (2009) "Conceptualización de la demanda turística" en *Ciencias Holguín*, Vol. 15, número 1, pp. 1-8. Instituto de Información Científica y Tecnológica, Holguín, Cuba. [En línea] Disponible en: <http://www.redalyc.org/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=181517987002> [Accesado el 5/12/2012]
57. Ríos Plaza, A y Rubilar López, N (2006) *Diseño y comercialización de la Ruta de la Ecoaventura, Ensenada, Chile*. Tesis presentada en opción al título de Administración de Empresas en Turismo. Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas, Escuela de Turismo, Universidad Austral de Chile, Valdivia, Chile.
58. Rodil, D y Alemany, C (2008) "*La ruta del vino*". *Un caso de autonomización de los actores locales*. Instituto Nacional de Tecnología Agropecuaria, Alto Valle, Río Negro, Argentina.
59. Rodríguez, H (2005) *Gestión de destinos turísticos*. Centro de Estudios Turísticos, Universidad de La Habana
60. Rodríguez, R; Martín, R y Ayala, H (2000) *Introducción al Turismo*. Centro de Estudios Turísticos, Universidad de La Habana, Cuba.
61. Román, F y Ciccolella, M (2009) *Turismo rural en la Argentina. Concepto, situación y perspectivas*. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA), Buenos Aires, Argentina.
62. San Martín, E (2005) *Estudio de la imagen de destino turístico y el proceso global de satisfacción: Adopción de un enfoque integrador*. Departamento de Administración de Empresas, Universidad de Cantabria.
63. Serra Cantallops, A (2003) *Marketing Turístico*. Ediciones Pirámide, Madrid, España.
64. Vera, F (1997): *Análisis Territorial del Turismo: Ordenación, planificación y gestión del territorio turístico*, Barcelona, España.

ANEXOS



ANEXOS

Anexo 1 Hilo conductor de la investigación



Fuente: Elaborado por el autor de la investigación

Anexo 2 Definiciones de turismo por diversos autores

No.	Autor	Año	Concepto
1	Ascanio	2010	"Ciencia que se ocupa de los fenómenos que pueden elevar o no la calidad y el género de vida de una determinada comunidad que tiene el rol de anfitrión."
2	Cooper	2007	"Desplazamiento o viaje temporal de personas hacia diversos lugares o destinos fuera de su lugar de residencia habitual, el cual incluye la realización de actividades no remuneradas en dicho destino."
3	De la Torre	1984	"Fenómeno social que consiste en un desplazamiento temporal de individuos o de grupos de personas que, fundamentalmente por motivos de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa y remunerada"
4	Goeldner y Ritchie	2009	"Los procesos, actividades, y consecuencias que surgen de las relaciones e interacciones entre turistas, proveedores de servicios, gobiernos locales, comunidades anfitrionas, y entornos que se involucran en la atracción y recibimiento de visitantes"
5	Hunziker y Krapf	1942	"Conjunto de relaciones y fenómeno que resultan del viaje y de la estancia de forasteros en una determinada localidad, siempre que la estancia no determine residencia principal alguna, y no esté, en principio, unida a alguna actividad lucrativa".
6	Martín	2006	"Conjunto de fenómenos y relaciones económicas, psico-sociológicas y medioambientales que se generan entre las entidades vinculadas a los viajes desde el lugar emisor, las entidades proveedoras de servicios y productos en el lugar de destino, los gobiernos de los lugares emisores-receptores y las comunidades locales de acogida."
7	Wall y Mathieson	2006	" fenómeno multifacético y que se compone principalmente de tres elementos: i) un elemento dinámico que involucra las decisiones de los viajes y los varios factores de carácter social, económico e institucional que determinan dichas decisiones; ii) la estancia en el destino que incluye la interacción con los sistemas económicos, ambientales y sociales del destino; y iii) un elemento consecuencial que resulta de los dos componentes anteriores y que se relaciona con los efectos en lo subsistemas económico, social y ambiental con los que el turista está directa o indirectamente en contacto. "

Fuente: Elaborado por el autor

Anexo 3 Conceptos de producto turístico por diversos autores

No.	Autor	Año	Concepto
1	Acerenza citado en Morillo (2012)	2001	Los productos turísticos concebidos como sistemas, están conformados por un conjunto de características naturales, culturales y factores creados en infraestructura de alojamiento, transporte y otros.
2	Cárdenas citado en Ochoa et al. (2012)	2008	Conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado, para un confort material o espiritual, en forma individual o en gama muy amplia de combinaciones, resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos del consumidor turista. Se conforma por la oferta turística de un destino, compuesta a su vez por atractivos, bienes, servicios y facilidades.
3	Ogando et al. citado en Flores (2012)	2006	"Está formado por un agregado de infraestructuras, equipamientos, servicios públicos, servicios turísticos y valores y atributos de imagen, que ofrecen en un determinado territorio y que el turista conforma y consume libremente, de acuerdo a sus necesidades y preferencias".
4	Pike citado en Ramos, 2011	2008	"Amalgama de diversos y, frecuentemente, eclécticos rangos de atracción, actividades, personajes, escenarios, instalaciones, facilidades y clima. El reto es sintetizar todos estos elementos bajo un concepto de fácil transmisión para su comprensión, difusión y comercialización"
5	Ramírez citado en Morillo (2011)	2006	"Conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado en forma individual o en combinaciones de acuerdo a las necesidades y requerimientos de los turistas. Dichos bienes y servicios pueden estar destinados al confort y disfrute material o espiritual de los visitantes".
6	Serra	2003	El producto turístico total está compuesto, pues, por los distintos servicios específicos suministrados por organizaciones individuales; y sería la suma de todos los servicios que un turista recibe desde que sale de su domicilio hasta que regresa a él.
7	Trauer citado en Morillo (2012)	2006	"El producto turístico es concebido como un sistema interdisciplinario donde la demanda turística es un elemento importante dentro de un nivel macro en el que confluyen un sistema global, un sistema de oferta y un sistema de demanda".

Fuente: Elaborado por el autor

Anexo 4 Taxonomía para la selección del procedimiento de diseño del producto turístico

Criterios	1	2	3	4	5	Total
Procedimientos						
A	4	2	3	2	1	12
B	4	2	3	2	3	11
C	4	2	3	3	1	12
D	4	3	2	3	1	13
E	3	4	3	4	3	17
F	1	2	1	4	1	9
G	4	1	4	1	4	14
H	4	3	2	1	3	13

Escala de ponderación para evaluar en qué medida el procedimiento evaluado cumple con el criterio en cuestión:

1= 25 %,

2= 50%

3=75%

4=100%

Criterios:

1. Cantidad de etapas necesarias para el diseño de productos turísticos
2. Flexibilidad o grado de adaptabilidad
3. Consistencia lógica
4. Capacidad de generar nuevas interrogantes y descubrimientos
5. Nivel de especificidad

Procedimientos:

- A. Blancos y Riveros (2004)
- B. Bravo et al. (2009)
- C. De Juan y Pulido (2002)
- D. Delfín (2010)
- E. Flores (2012)
- F. Gonzáles (2011)
- G. Machado (2011)
- H. Ríos y Rubilar (2006)

Anexo 5 Fichas de jerarquización para evaluar el potencial de los recursos turísticos

Ficha 1 Jerarquización de recursos en operación

Criterios a evaluar	Valor asignado (1,2, 4 ó 6)	Ponderación	Subtotal
Particularidad		2	
Publicaciones		0,5	
Reconocimiento		1,5	
Estado de conservación		1,5	
Flujo de turistas		2	
Representatividad		1,5	
Inclusión en la visita turística		1	
			Total:

Fuente: Ginés, 2011

Ficha 2 Jerarquización de recursos que no están en operación

Criterios a evaluar	Valor asignado (1,2, 4 ó 6)	Ponderación	Subtotal
Particularidad		2,5	
Publicaciones		1	
Reconocimiento		2,5	
Estado de conservación		3	
Demanda potencial		1	
			Total:

Fuente: Ginés, 2011

Tabla final de equivalencia

Valoración total	Jerarquía	Fundamentación
De 50 a 60	4	Recursos excepcionales y de gran significación para el mercado turístico internacional, capaces, por sí solos, de motivar una importante corriente de visitantes (actual o potencial).
De 30 a 49	3	Recursos con rasgos excepcionales, capaces de motivar, por sí solos o en conjunto con otros recursos contiguos, una corriente actual o potencial de visitantes nacionales o extranjeros.
De 15 a 29	2	Recursos con algunos rasgos llamativos capaces de interesar a visitantes que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas, o de motivar corrientes turísticas locales.
Menores de 15	1	Recursos sin mérito suficiente, pero que, igualmente, forman parte del Inventario de Recursos Turísticos como elementos que pueden complementar a otros de mayor jerarquía.

Fuente: Ginés, 2011

Anexo 6 Indicadores de los asentamientos poblacionales

Indicadores	Villa Clara	Cienfuegos	Sancti Spíritus
Superficie en km ²	309	400	878, 09
Asentamientos	23	32	35
Habitantes	8126	6469	6128
Densidad poblacional (hab./ km ²)	26, 29	16, 17	7, 0
Grupos etarios:			
0 a 6 años	1065	1036	1638
7 a 13 años	1196	1067	1675
14 a 64 años	6996	6986	12 936
Más de 64 años	877	917	1864

Fuente: Departamento de Medio Ambiente de la Delegación del CITMA, Sancti Spíritus, 2012.

Anexo 7 Inventario de los recursos turísticos

Ficha técnica del recurso turístico: No. 1		
Nombre del atractivo: Fauna	Comunidad/es: Topes de Collantes, Jibacoa, Hanabanilla y El Nicho	Provincia/s: Sancti Spíritus, Villa Clara y Cienfuegos
 <p>Toco-ro-ro, ave nacional de Cuba</p>	Clasificación del atractivo: Natural	
	Categoría: Atractivo natural	Jerarquía: 4
	Estado de conservación: Muy bueno	
	Actividades turísticas: Observación de la fauna y de aves endémicas.	
	Acceso al recurso:	
	Vía: Terrestre y fluvial	Estado: Bueno
	Particularidades: Elevada presencia de endemismos	
Descripción del atractivo:		
<p>Posee un elevado endemismo y existe una heterogeneidad faunística sorprendente, con una alta representatividad de especies: los invertebrados, formados por 1 236 especies y los vertebrados: formados por 89 especies. Abundancia de insectos, aves y reptiles, anfibios y algunos crustáceos, entre estos grupos: jutías, la ranita colín, palomas, perdices, sijúes, pájaros carpinteros, tocororos, cotorras, murciélagos, zunzunes, majas.</p> <p>El área más conservada de vegetación de Jibacoa es la loma de Chenchá y por tanto se encuentran aquí los mayores valores de diversidad y endemismo y las especies más raras, interesantes y difíciles de observar de la fauna (varias especies de insectos, lagartos). Se destaca la presencia de nueve especies endémicas de aves de las 27 reconocidas actualmente para Cuba entre las que se destacan el Toco-ro-ro, el Gavilán Colilargo, el Zorzal real, el Bobito Grande, el Negrito y la Cartacuba, esta última muy abundante.</p>		

Ficha técnica del recurso turístico: No. 2		
Nombre del atractivo: Flora	Comunidad/es: Topes de Collantes, Jibacoa, Hanabanilla y El Nicho	Provincia/s: Sancti Spíritus, Villa Clara y Cienfuegos
 <p>Mariposa blanca, flor nacional</p>	Clasificación del atractivo: Natural	
	Categoría: Atractivo natural	Jerarquía: 4
	Estado de conservación: Muy bueno	
	Actividades turísticas: Observación de la flora	
	Acceso al recurso:	
	Vía: Terrestre y fluvial.	Estado: Bueno
	Particularidades:	
Descripción del atractivo:		
<p>Está compuesta por 548 especies. Las orquídeas, los helechos, las coníferas y las mariposas constituyen grupos importantes en la riqueza y diversidad taxonómica de la flora del área. Las formaciones vegetales que existen en el área son diversas, predominando las del tipo boscosas, donde abundan los pinos, las palmas reales, los eucaliptos, las tecas, los sauces. Los endemismos ascienden a 53, de ellas 22 se encuentran reportadas bajo categorías de amenaza en los catálogos rojos de la flora cubana.</p>		

Ficha técnica del recurso turístico: No. 3		
Nombre del atractivo: Geomorfología (relieve)	Comunidad/es: Topes de Collantes, Jibacoa, Hanabanilla y El Nicho	Provincia/s: Sancti Spíritus, Villa Clara y Cienfuegos
	Clasificación del atractivo: Natural	
	Categoría: Atractivo natural	Jerarquía: 3
	Estado de conservación: Bueno	
	Actividades turísticas: Observación de flora y fauna, escalamientos, explorar grutas y cavernas.	
	Acceso al recurso:	
	Vía: Terrestre	Estado: Bueno
Particularidades:		
Descripción del atractivo:		
<p>Se trata de un relieve fundamentalmente montañoso. El elevado grado de complejidad del relieve y los altos valores de las características morfométricas de esta región, favorecen la economía cafetalera. Las elevaciones del grupo de Trinidad muestran la forma de conos como los mogotes, con grutas horadadas en sus faldas casi verticales. Algunos valles abiertos en el macizo orográfico no ofrecen desagües superficiales, sino subterráneos, a través de cavernas. Las principales rocas encontradas en la región son las metamórficas, consideradas las más antiguas del país.</p>		

Ficha técnica del recurso turístico: No. 4		
Nombre del atractivo: Clima	Comunidad/es: Topes de Collantes, Jibacoa, Hanabanilla y El Nicho	Provincia/s: Sancti Spíritus, Villa Clara y Cienfuegos
	Clasificación del atractivo: Natural	
	Categoría: Atractivo natural	Jerarquía: 3
	Estado de conservación: Bueno	
	Actividades turísticas: Relajarse en un ambiente natural	
	Acceso al recurso:	
	Vía: Terrestre	Estado: Bueno
Particularidades:		
Descripción del atractivo:		
<p>Se trata de un clima agradable de montaña, donde las precipitaciones presentan un nivel de distribución anual bien marcada, con un periodo seco enmarcado de noviembre a abril y un período lluvioso con más de 1500 msnm. La temperatura media del aire en el año es de 21° C, siendo los meses de enero y febrero los más fríos, con un promedio de 17° C; los más cálidos son en julio y agosto, con 27° C. La humedad relativa se mantiene alta durante todo el año (superior al 85 %).</p>		

Ficha técnica del recurso turístico: No. 5

Nombre del atractivo: Paisaje	Comunidad/es: Topes de Collantes, Jibacoa, Hanabanilla y El Nicho	Provincia/s: Sancti Spíritus, Villa Clara y Cienfuegos
	Clasificación del atractivo: Natural	
	Categoría: Atractivo natural	Jerarquía: 3
	Estado de conservación: Bueno	
	Actividades turísticas: Observación de flora y fauna y del paisaje en su conjunto.	
	Acceso al recurso:	
	Vía: Terrestre	Estado: Bueno
	Particularidades:	

Descripción del atractivo:

Los paisajes de la zona pertenecen fundamentalmente al tipo de alturas y montañas húmedas e incluyen: las depresiones intermontanas con suelos ferralíticos y pardos con cultivos, pastos y bosque siempre verde.

Ficha técnica del recurso turístico: No. 6

Nombre del atractivo: Hidrografía	Comunidad/es: PNP Topes de Collantes y Valle de Jibacoa	Provincia/s: Sancti Spíritus, Cienfuegos y Santa Clara
 <p style="text-align: center;">Presa Hanabanilla</p>	Clasificación del atractivo: Natural	
	Categoría: Atractivo natural	Jerarquía:
	Estado de conservación: Bueno	
	Actividades turísticas: Baños en ríos y cascadas, paseos en bote u otra embarcación	
	Acceso al recurso:	
	Vía: Terrestre y fluvial	Estado: Bueno
	Particularidades: Se localiza la presa Hanabanilla, embalse de mayor altura del país.	

Descripción del atractivo:

La red fluvial formada por considerables ríos y arroyos se comporta de diferentes maneras, debido a la complejidad geológica, aquellos que corren sobre superficies cárcicas se caracterizan por un curso subterráneo. El Río Agabama divide al Macizo Guamuhaya en dos: al este las montañas de Sancti Spíritus y al oeste de las montañas de Trinidad. La presa Hanabanilla con una extensión de 18 km² se encuentra ubicada a 364 msnm y es el embalse a mayor altura del país, tiene una capacidad máxima de 285 millones de m³. Las aguas subterráneas presentan un buen estado de conservación, dado porque todos sus parámetros están por debajo de los límites permisibles para considerarla como agua potable. Tampoco presentan afectaciones respecto a los niveles de salinización de sus aguas, siendo el

promedio de sales solubles totales de 203 mg/l. La calidad de las aguas subterráneas es superior a la de las superficiales, lo cual se debe a que son más ricas en nutrientes y están menos expuestas a la contaminación .

Ficha técnica del recurso turístico: No. 7

Nombre del atractivo: Parque Codina	Comunidad/es: Topes de Collantes	Provincia/s: Sancti Spiritus
	Clasificación del atractivo: Natural	
	Categoría: Atractivo natural	Jerarquía: 3
	Estado de conservación: Bueno	
	Actividades turísticas: Senderismo, observación de la flora y la fauna, explorar cuevas, acampadas, vistas desde el mirador, acampadas.	
	Acceso al recurso:	
	Vía: Terrestre	Estado: Bueno
	Particularidades: Ideal para el segmento de tercera edad con un sendero de baja complejidad.	

Descripción del atractivo:

Sitio propio para el segmento de la tercera edad, a 7 km del Complejo Turístico Topes de Collantes. Cavernas, jardines, variedades de orquídeas y bambúes hacen de este lugar un refugio antiestrés y ecológico. En este lugar se oferta una excursión en camión desde Topes. Recorrido por el sendero "Alfombra Mágica" bordeado de plantas medicinales y ornamentales. Visita al orquideario con más de 40 especies y a la cueva del Altar. Recorrido por el pasadizo secreto hasta el mirador natural, desde el cual se admira el espléndido paisaje de Topes, Trinidad, Península de Ancón, Bahía de Casilda y el poblado de La Boca. Visita al jardín de Bambúes y baño opcional en la piscina de fangos medicinales.

Ficha técnica del recurso turístico: No. 8

Nombre del atractivo: Parque Guanayara	Comunidad/es: Topes de Collantes	Provincia/s: Sancti Spiritus
	Clasificación del atractivo: Natural	
	Categoría: Atractivo natural	Jerarquía: 3
	Estado de conservación: Bueno	
	Actividades turísticas: Senderismo, observación de la flora y la fauna, explorar cuevas, acampadas, baños en ríos y cascadas.	
	Acceso al recurso:	
	Vía: Terrestre y fluvial	Estado: Bueno
	Particularidades: Combina cascadas y saltos de agua, piscinas naturales como la famosa "Poceta del venado" cuevas, flora, fauna y el aromático café.	

Descripción del atractivo:

A 15 km del Complejo Turístico Topes de Collantes, para los amantes de la aventura. Excursión con recorrido en camión y caminata (sendero llamado "Centinelas del Río Melodioso") bordeando el río hasta el salto El Rocío y pocetas naturales. Toda esta región está profusamente poblada por especies arborescentes propias del lugar, varios miradores permiten observar el pico San Juan, la cumbre más alta del Escambray con 1156 m. sobre el nivel del mar. Otros atractivos son el nacimiento del río y la vista parcial del lago Hanabanilla.

Ficha técnica del recurso turístico: No. 9

Nombre del atractivo: Parque Altiplano	Comunidad/es: Topes de Collantes	Provincia/s: Sancti Spiritus
	Clasificación del atractivo: Natural	
	Categoría: Atractivo natural	Jerarquía: 3
	Estado de conservación: Bueno	
	Actividades turísticas: Senderismo, observación de la flora y la fauna, explorar grutas, cuevas y cavernas, baños en ríos y cascadas, cayoning.	
	Acceso al recurso:	
	Vía: Terrestre	Estado: Bueno
Particularidades: Se localiza el famoso salto del Caburní y el Reloj del Sol., frente al Centro de Información del Complejo Topes de Collantes.		

Descripción del atractivo:

Existen ríos con saltos de agua y tres reconocidos senderos:

Caburní: Apasionante caminata entre montañas, con pendientes de hasta 45 grados, hermoso sitio cuyas aguas caen desde una altura de 62 m. hasta una poceta de purísimas aguas procedentes de manantiales cercanos. Es uno de los lugares atractivos de Escambray, rodeado de pinos, eucaliptos, cafetales y helechos.

Vegas Grandes: Excursión mediante una inolvidable caminata de aproximadamente 3 Km., observando la rica flora y fauna de la zona se llega a este impresionante lugar donde el agua cae desde una altura superior a los 100 m. en una gran poceta con excepcionales condiciones para el baño y la fotografía.

La Batata: En el entorno abundan especies de árboles endémicos y plantas medicinales, además de divisarse de allí un magnífico paisaje. Se encuentra a pocos Kms. de Topes de Collantes y posee una cueva surcada por un río subterráneo y con hermosas pocetas naturales cuyas aguas no sobrepasan los 20 grados Celcius de temperatura

Ficha técnica del recurso turístico: No. 10

Nombre del atractivo: Parque Altiplano	Comunidad/es: Topes de Collantes	Provincia/s: Sancti Spiritus
	Clasificación del atractivo: Natural	
	Categoría: Atractivo natural	Jerarquía: 3
	Estado de conservación: Bueno	
	Actividades turísticas: Senderismo, observación de la flora y la fauna, explorar grutas, cuevas y cavernas, baños en ríos y cascadas, paseos a caballo.	
	Acceso al recurso:	
	Vía: Terrestre	Estado: Bueno
Particularidades:		

Descripción del atractivo:

Bordeando las márgenes del río Guaurabo a solo 5 Km. de la ciudad de Trinidad y a 20 del Complejo Turístico Topes de Collantes, es un lugar muy típico y lleno de historias de nuestros antepasados. Allí se podrá disfrutar de paseos a caballo, botes y disfrute de la naturaleza, etc. Finalmente se ofrece un almuerzo que incluye un plato especial, el pez gato, criado en el propio lugar.

Ficha técnica del recurso turístico: No. 11**Nombre del atractivo:**

El Nicho

Comunidad/es: El Nicho (PNP Topes de Collantes)**Provincia/s:** Cienfuegos**Clasificación del atractivo:** Natural**Categoría:** Atractivo natural**Jerarquía:** 3**Estado de conservación:** Bueno**Actividades turísticas:** Senderismo, observación de la flora y la fauna, acampadas, baños en ríos y cascadas, vistas desde mirador.**Acceso al recurso:****Vía:** Terrestre y fluvial**Estado:** Bueno**Particularidades:****Descripción del atractivo:**

Ubicado a solo 30 km del Complejo Turístico Topes de Collantes y a 2 km del embalse Hanabanilla, con saltos de agua, piscinas naturales, flora y fauna endémicas, cuevas y su sendero "Reino de las Aguas". Poseen un mirador así como infraestructura de restauración.

Ficha técnica del recurso turístico: No. 12**Nombre del atractivo:**

PNP Hanabanilla

Comunidad/es: Hanabanilla**Provincia/s:** Villa Clara**Clasificación del atractivo:** Natural**Categoría:** Atractivo natural**Jerarquía:** 3**Estado de conservación:** Bueno**Actividades turísticas:** Observación de flora y fauna, senderismo, visita a las plantaciones de café**Acceso al recurso:****Vía:** Terrestre**Estado:** Bueno**Particularidades:** Área Protegida**Descripción del atractivo:**

Con una extensión de 1691.9 hectáreas, es un sitio ideal para la práctica del senderismo. Posee un Centro Turístico llamado Río Negro y una Estación Biológica, cuatro rutas naturales en estado regular: Atalaya, La Montaña por dentro, Por la Rivera y La Colicambiada y dos senderos naturales en buen estado: El Mirador y Los Helechos. En el área protegida y la zona colindante existen vestigios de tres etapas de la historia, nuestros aborígenes, mambises y la lucha clandestina hasta el triunfo de la revolución. Se pueden observar aves tales como: cotorras, tocororos, sijúes, carpinteros.

Ficha técnica del recurso turístico: No. 13

Nombre del atractivo: Café

Comunidad/es: Todas (porción occidental del Macizo Guamuhaya.

Provincia/s: Sancti Spíritus, Villa Clara y Cienfuegos



Café Nacional

Clasificación del atractivo: Natural

Categoría: Atractivo natural

Jerarquía: 3

Estado de conservación: Bueno

Actividades turísticas: Visitar las plantaciones cafetaleras, conocer las características del café de la zona, sembrar café.

Acceso al recurso:

Vía: Terrestre y fluvial

Estado: Bueno

Particularidades:

En la zona es cosechado el mejor café de Cuba: Crystal Mountain (Montaña de Cristal) por las condiciones del clima y del suelo. Este café se da a partir de la variedad tradicional o nacional como también se le conoce.

Descripción del atractivo:

En el macizo Guamuhaya el 29% del área cultivada están establecidas con variedades de avanzadas y las variedades tradicionales son las más utilizadas con un 59%, el cultivar robusta representa el 12%. El cultivo del café se realiza bajo un sistema de sombra. Dentro las variedades de avanzadas se encuentran: el villalobos, el caturra y el catuay.

Ficha técnica del recurso turístico: No. 14

Nombre del atractivo: Estación Experimental Agroforestal Jibacoa

Comunidad/es: Jibacoa

Provincia/s: Villa Clara



Clasificación del atractivo: Cultural

Categoría:

Realizaciones Técnicas o Artísticas Contemporáneas

Jerarquía: 3

Estado de conservación: Bueno

Actividades turísticas: Visitas al centro, talleres sobre la botánica del café, turismo de eventos.

Acceso al recurso:

Vía: Terrestre

Estado: Bueno

Particularidades:

Posee el bando de germoplasma (variedades de café) más importante de Cuba. Es la segunda institución más importante de su tipo en América Latina, solo superada por la de Costa Rica.

Descripción del atractivo:

Tiene la misión de proveer la base científico que garantice el desarrollo sostenible y competitivo de las cadenas forestales, café, cacao y otras producciones agropecuarias en ecosistemas forestales, haciendo énfasis en la conservación del medio ambiente. Brinda servicios de investigaciones científicas, asesorías y transferencias de tecnologías derivadas de las investigaciones agroforestales del café.

Ficha técnica del recurso turístico: No. 15

Nombre del atractivo: Jardín de variedades de café	Comunidad/es: Topes de Collantes	Provincia/s: Sancti Spiritus
	Clasificación del atractivo: Cultural	
	Categoría: Realizaciones Técnicas o Artísticas Contemporáneas	Jerarquía: 2
	Estado de conservación: Bueno	
	Actividades turísticas: Conocer las características del café de la zona, sus variedades y particularidades.	
	Acceso al recurso:	
	Vía: Terrestre	Estado: Bueno
Particularidades:		

Descripción del atractivo:

Se encuentran plantadas las principales especies y variedades que se cultivan en Cuba y en el mundo: el robusta, el arábica.

Ficha técnica del recurso turístico: No. 16

Nombre del atractivo: Casa del Café	Comunidad/es: Topes de Collantes	Provincia/s: Sancti Spiritus
	Clasificación del atractivo: Histórico-Cultural	
	Categoría: Patrimonio Histórico y Museos	Jerarquía: 3
	Estado de conservación: Bueno	
	Actividades turísticas: Talleres sobre la preparación del café en sus diferentes variedades, hábitos de consumo, visita a la Casa Museo y sus alrededores para conocer la historia del café en el macizo y en el mundo, degustación de la aromática bebida.	
	Acceso al recurso:	
	Vía: Terrestre	Estado: Bueno
Particularidades: Muy visita por turistas internacionales de variadas nacionalidades.		

Descripción del atractivo:

Se trata de una casa museo que recoge la historia del café en el mundo, su surgimiento y descubrimiento, así como las particularidades de la siembra en el Macizo Guamuha. Ofrece un variado menú de cocteles y tragos preparados a base de café. La especialidad de la casa es el Café Potrerillo. Se localiza a pocos metros del Jardín de variedades de café.

Ficha técnica del recurso turístico: No. 17

Nombre del atractivo: Plaza de las Memorias	Comunidad/es: Topes de Collantes	Provincia/s: Sancti Spiritus
	Clasificación del atractivo: Histórico-Cultural	
	Categoría: Patrimonio Histórico y Museos	Jerarquía: 3
	Estado de conservación: Bueno	
	Actividades turísticas: Vita a la Sala de Historia y a la Casa del Artesano.	
	Acceso al recurso:	
	Vía: Terrestre	Estado: Bueno
	Particularidades:	
Descripción del atractivo:		
<p>Se erige en el mismo lugar donde hace 70 años, el maestro agrícola Jesús Cañizares Zayas construyó la casa donde vivió con su familia cuando fundó la primera Estación Agronómica de Montaña en Cuba. Atesora la historia de Topes de Collantes, desde los primeros pobladores hasta las etapas de la Neocolonia y la Revolución. Está compuesta por la Casa de las Historias Topeñas, que se trata de una vivienda campesina de la primera mitad del siglo XX y la Casa del artesano, además posee una xiloteca donde se expone una muestra de los cientos de árboles maderables existentes en la zona.</p>		

Ficha técnica del recurso turístico: No. 18

Nombre del atractivo: Plaza de las Memorias	Comunidad/es: Topes de Collantes	Provincia/s: Sancti Spiritus
	Clasificación del atractivo: Histórico-Cultural	
	Categoría: Patrimonio Histórico y Museos	Jerarquía: 3
	Estado de conservación: Bueno	
	Actividades turísticas: Visita a la Sala de Historia y a la Casa del Artesano.	
	Acceso al recurso:	
	Vía: Terrestre	Estado: Bueno
	Particularidades:	

Descripción del atractivo:

Se erige en el mismo lugar donde hace 70 años, el maestro agrícola Jesús Cañizares Zayas construyó la casa donde vivió con su familia cuando fundó la primera Estación Agronómica de Montaña en Cuba. Atesora la historia de Topes de Collantes, desde los primeros pobladores hasta las etapas de la Neocolonia y la Revolución. Está compuesta por la Casa de las Historias Topeñas, que se trata de una vivienda campesina de la primera mitad del siglo XX y la Casa del artesano, además posee una xiloteca donde se expone una muestra de los cientos de árboles maderables existentes en la zona.

Ficha técnica del recurso turístico: No. 19

Nombre del atractivo:
Museo de Arte Cubano

Comunidad/es:
Topes de Collantes

Provincia/s:
Sancti Spiritus



Clasificación del atractivo: Histórico-Cultural

Categoría: Patrimonio Histórico y Museos

Jerarquía: 3

Estado de conservación: Bueno

Actividades turísticas: Visita al museo

Acceso al recurso:

Vía: Terrestre

Estado: Bueno

Particularidades:

Descripción del atractivo:

El museo atesora una importantísima colección de las artes plásticas de pintores contemporáneos cubanos de los años 80. Actualmente se lleva a cabo la exposición Rostros en peligro de extinción, que se trata de fotografías de aves.

Ficha técnica del recurso turístico: No. 20

Nombre del atractivo:
Granja Mular "Don Quijote"

Comunidad/es:
La Herradura

Provincia/s:
Villa Clara



Clasificación del atractivo: Histórico-Cultural

Categoría: Realizaciones Técnicas o Artísticas Contemporáneas

Jerarquía: 3

Estado de conservación: Bueno

Actividades turísticas: Cabalgatas, talleres, observación del paisaje, flora y fauna.

Acceso al recurso:

Vía: Terrestre

Estado: Bueno

Particularidades: La Granja es el centro productor de caballos de la raza Patibarcino y Quarter Horse (Cuarto de Milla) más grande del país con 100 hembras en reproducción.

Descripción del atractivo:

Subordinada a Flora y Fauna esta entidad tiene como objeto social la producción de mulos para apoyar la producción cafetalera del centro y oriente del Macizo Guamuhaya. Compuesta por 6 unidades con funciones específicas, de ellas: una para el desarrollo de la raza patibarcino, tres para la producción mular, de estas una para el remplazo de yeguas y dos para la producción mular con 200 yeguas en reproducción; y dos unidades para la producción vacuna donde en una se mantiene el fondo genético del cebú cubano (blanco y bermejo) y otra funciona como centro de ceba.

En la producción han introducido la inseminación artificial lo cual permite contar con una exactitud de 75-80% en la fecundación y soluciona el problema del déficit de semental burro. Actualmente reciben grupos de clientes a los cuales se les realizan explicaciones sobre la actividad del lugar.

Ficha técnica del recurso turístico: No. 21

Nombre del atractivo:
Despulpadora Jibacoa

Comunidad/es: Jibacoa

Provincia/s: Villa Clara



Clasificación del atractivo: Cultural

Categoría:

Realizaciones Técnicas o Artísticas
Contemporáneas

Jerarquía: 2

Estado de conservación: Bueno

Actividades turísticas:

Visita al centro para observar y conocer sobre el proceso de producción industrial del café.

Acceso al recurso:

Vía: Terrestre

Estado: Bueno

Particularidades: Aquí se procesa el conocido café "Crystal Mountain"

Descripción del atractivo:

La despulpadora de Jibacoa es la unidad encargada de procesar el 100% de la producción cafetalera de la EMA Jibacoa. Cuenta con un personal que conoce las particularidades del café lo que hace que la calidad del cafeto secado y procesado en este establecimiento sea de primera calidad.

Ficha técnica del recurso turístico: No. 22

Nombre del atractivo:
Finca "La Cuba" de Daniel Pérez

Comunidad/es:
La Chispa (PNP Topes de Collantes)

Provincia/s:
Sancti Spiritus



Clasificación del atractivo: Cultural

Categoría: Realizaciones Técnicas o Artísticas
Contemporáneas

Jerarquía: 3

Estado de conservación: Bueno

Actividades turísticas:

Observación del paisaje, siembra y despulpado del café, degustar la gastronomía autóctona, conocer sobre el proceso de producción manual del café.

Acceso al recurso:

	Vía: Terrestre	Estado: Bueno
	Particularidades: Es la única Finca de Referencia Nacional en Topes de Collantes.	
Descripción del atractivo:		
Daniel lleva 15 años dedicándose al cultivo del café. Practica la agroecología y tiene compost. Tiene sembrada 4 hectáreas de café. Produce para su autoconsumo mediante el despulpado artesanal y secado al sol. Tiene sembradas además 63 variedades de frutales, entre ellas 103 especies. Tiene un colmenar y cuida de sus abejas. Tiene sembrada caña de azúcar y posee un trapiche. Hay sembrada variedades de café tales como: el nacional, el villalobos y el caturra. Daniel ha viajado al extranjero por cuenta de su trabajo pues fue presidente de la CCS "Lucas Castellanos" perteneciente a Topes de Collantes, integrada por 103 dueños de finas, 103 asociados. Las hectáreas dedicadas al cultivo del café suman 60 caballerías en total, entre los cafetos en desarrollo y los que está produciendo.		

Ficha técnica del recurso turístico: No. 23		
Nombre del atractivo: Finca "La Paloma" de Omar Ramírez (El Colorado)	Comunidad/es: Cuatro Vientos (PNP Topes de Collantes)	Provincia/s: Cienfuegos
	Clasificación del atractivo: Cultural	
	Categoría: Realizaciones Técnicas o Artísticas Contemporáneas	Jerarquía: 3
	Estado de conservación: Bueno	
	Actividades turísticas: Observación del paisaje, siembra y despulpado del café, degustar la gastronomía autóctona, conocer sobre el proceso de producción manual del café.	
	Acceso al recurso:	
	Vía: Terrestre	Estado: Bueno
Particularidades: Ubicada en un punto clave, donde se divide el acceso a las tres provincias que abarcan el Macizo Guamuhaya.		
Descripción del atractivo:		
Su fuerte es el café, aunque también se dedica a otros cultivos. Ha sido merecedor de varias condecoraciones como el Mejor Cosechero, Omar lleva 8 años consecutivos siendo el mejor productor de café de Topes de Collantes. Tiene 11 años de experiencia con el cultivo del café, Tiene sembradas variedades como el Caturra y el Isla. Su finca ha sido lugar de celebración de eventos nacionales donde han estado presentes directivos como los Vice Ministros y Directores del mundo del café a nivel nacional. Actualmente es visitada por turistas norteamericanos que visitan la Casa del Café, los domingos y los miércoles de 12 a 1:00pm., pero por una política establecida por Gaviota los turistas no pueden visitar las plantaciones.		

Ficha técnica del recurso turístico: No. 24		
Nombre del atractivo: Finca "El Algarrobo" de Manolito	Comunidad/es: Rincón Naranjo, Jibacoa	Provincia/s: Villa Clara
Clasificación del atractivo: Cultural		

	Categoría: Realizaciones Técnicas o Artísticas Contemporáneas		Jerarquía: 3
	Estado de conservación: Bueno		
	Actividades turísticas: Observación del paisaje, flora y fauna, siembra y despulpado del café, degustar la gastronomía autóctona, baños en el río, paseos en mulo		
	Acceso al recurso:		
	Vía: Terrestre	Estado: Bueno	
Particularidades: Finca de referencia cafetalera, de excelentes resultados productivos y vanguardia del movimiento agroecológico.			
Descripción del atractivo:			
<p>La Finca “El Algarrobo” perteneciente al productor de café agroecológico Manuel González conocido popularmente como “Manolito” es una finca de referencia cafetalera situada en Rincón Naranjo, muy cerca de la comunidad de Jibacoa, y que posee una extensión de 26.84 ha, de ellas 2.8 ha de distintas variedades de café arábico, 7 ha de árboles maderables y frutales (alrededor de 120 variedades). Es prácticamente el único productor que ha sembrado cacao en la zona con 1,5 ha. Además posee crías de conejos, gallinas, guineos, carneros, etc. y utiliza para el traslado por la finca varios mulos. Posee una rica variedad de flora y fauna destacándose por su abundancia aves como el tocororo, el carpintero verde, el zorzal real, el tomeguín y el negrito. La finca es atravesada por el río Jibacoa, de una arenilla negra en su fondo y transparentes aguas, existiendo varias posas con posibilidades para tomar un refrescante baño a la sombra de grandes cañas bravas que Manolito ha ido sembrando al paso del tiempo. También existe un sendero, de aproximadamente 2,5 km de largo que da acceso a la loma de la Ceiba, a unos 500 msnm desde donde se puede observar el paisaje y la comunidad de Jibacoa y otros lugares del valle. Ha recibido la visita de personalidades nacionales y de distintos países como Suiza, Brasil, Argentina, Venezuela y Canadá interesados por sus prácticas agroecológicas.</p>			

Ficha técnica del recurso turístico: No. 25			
Nombre del atractivo: Finca “Por el futuro del café” de Braulio Marín		Comunidad/es: Rincón Naranjo, Jibacoa	Provincia/s: Villa, Clara
Clasificación del atractivo: Cultural			
	Categoría: Realizaciones Técnicas o Artísticas Contemporáneas		Jerarquía: 2
	Estado de conservación: Regular		
	Actividades turísticas: Siembra y despulpado del café, conocer el proceso de producción artesanal del café.		
	Acceso al recurso:		
	Vía: Terrestre	Estado: Regular	
Particularidades:			
Descripción del atractivo:			

La finca “Por el futuro del Café” perteneciente al productor Braulio Marín conocido popularmente como “Babito” está situada en Rincón Naranjo a unos 500 metros de la Estación Experimental Agroforestal Jibacoa, prestigioso centro científico de la zona. La finca posee una extensión de 4,68 ha de las cuales 1,67 ha son dedicadas al café Isla en sus diferentes variedades. Se caracteriza además por tener intercalados entre los cafetos distintos árboles frutales (naranja, guayaba y mango), cultivos para el autoconsumo (yuca, boniato, malanga) y más de 10 variedades de plátanos, así como por utilizar los desechos para la fertilización. Braulio es un productor destacado incorporado al movimiento agroecológico. Ha desarrollado varios talleres en su finca. Cuenta con un compost rústico que sirve para la descomposición bioquímica de los residuos orgánicos, producto que es utilizado como fertilizante en la producción. Existen posibilidades para realizar recorridos por la finca y a lugares cercanos como la Estación Experimental Agroforestal Jibacoa.

Ficha técnica del recurso turístico: No. 26

Nombre del atractivo: Finca “El Mamey” de Marcial Fuentes	Comunidad/es: Rincón Naranjo, Jibacoa	Provincia/s: Villa, Clara
	Clasificación del atractivo: Cultural	
	Categoría: Realizaciones Técnicas o Artísticas Contemporáneas	Jerarquía: 3
	Estado de conservación: Bueno	
	Actividades turísticas: Observación del paisaje, siembra y despulpado del café, degustar la gastronomía autóctona, conocer sobre el proceso de producción manual del café.	
	Acceso al recurso:	
Vía: Terrestre	Estado: Bueno	
Particularidades:		

Descripción del atractivo:

La Finca “El Mamey” pertenece al productor agroecológico Marcial Fuentes. Tiene una extensión de 11 ha distribuidas en 2.93 ha para el café y 7.07 para cultivos varios (malanga, yuca, maíz, boniato, calabaza, frijoles y arroz), potreros y forestales. Es una de las pocas fincas escuela del Valle de Jibacoa. En este lugar se celebran mensualmente talleres y encuentros agroecológicos. Los talleres abordan temáticas como: agroecología, lombricultura, preparación de suelos, regulación de sombra, confección de compost rústicos, materiales orgánicos, entre otros. La finca pertenece a la CCS Ignacio Pérez Ríos y está muy próxima al vial Manicaragua Topes de Collantes, así como a la comunidad rural de Veguitas.

Ficha técnica del recurso turístico: No. 27

Nombre del atractivo: Finca “Salvemos el futuro” de Genaro González (El Cojo)	Comunidad/es: La Herradura	Provincia/s: Villa Clara
	Clasificación del atractivo: Cultural	
	Categoría: Realizaciones Técnicas o Artísticas Contemporáneas	Jerarquía: 3

		
	Estado de conservación: Bueno	
	Actividades turísticas: Observación del paisaje, siembra y despulpado del café, degustar la gastronomía autóctona, conocer sobre el proceso de producción manual del café, visitar la finca y sus alrededores	
	Acceso al recurso:	
	Vía: Terrestre	Estado: Bueno
Particularidades: Finca forestal destacada, a escasos metros del vial Manicaragua Topes de Collantes		
Descripción del atractivo:		
<p>La Finca “Salvaremos el Futuro” perteneciente al productor Genaro González está situada a unos 500 metros del entronque de Boquerones, próxima a la unidad forestal Veguitas y a la comunidad rural Boquerones. La finca tiene una extensión de 2,01 ha de las cuales 1,61 ha están dedicadas a distintas variedades de café arábico, el resto lo dedica a la producción forestal y cultivos varios. Genaro es el principal promotor agroecológico de la zona y el primero en incorporarse al movimiento en 1995. Su finca es de referencia en la CCS Ignacio Pérez Ríos, y una de las más destacadas en la práctica de técnicas ecológicas.</p> <p>Cuenta con el aula agroecológica “Por la vida en el Planeta” surgida a partir de la propia iniciativa de Genaro y está destinada a impartir talleres que promuevan la idea de la sostenibilidad en la producción a través de la utilización de materiales orgánicos como abonos, obtenidos de los compost y de la lombricultura.</p> <p>Existe en la finca un lugar especial llamado por Genaro “Rincón de las Reflexiones” que constituye un sitio idóneo para el intercambio y para conocer aspectos específicos de la técnica de la lombricultura, la confección de los compost y la utilidad de las trampas para el control de la broca del café, entre otras técnicas ecológicas aplicadas por los productores locales.</p>		

Ficha técnica del recurso turístico: No. 28		
Nombre del atractivo: Finca de Mercedes Bernal	Comunidad/es: La Herradura	Provincia/s: Villa Clara
	Clasificación del atractivo: Cultural	
	Categoría: Realizaciones Contemporáneas	Jerarquía: Técnicas o Artísticas
	Estado de conservación: Bueno	
	Actividades turísticas: Degustar la gastronomía autóctona, intercambio con la productora.	
	Acceso al recurso:	
	Vía: Terrestre	Estado: Bueno
Particularidades: Esta finca es un ejemplo de la incorporación de la mujer a las labores agrícolas y de la lucha por una mayor equidad de género en el Valle de Jibacoa.		
Descripción del atractivo:		

La Finca Cafetalera de Mercedes Bernal tiene una extensión de 2,82 ha, de las cuales 1,76 ha son de distintas variedades de café arábico fundamentalmente. La finca pertenece a la CCS Ignacio Pérez Ríos y está situada en la comunidad rural de Pretiles. Mercedes está incorporada al movimiento agroecológico y se destaca en la producción de conservas caseras de frutas y vegetales. Pasa cerca de la río Pretiles, donde existen varias pozas para tomar un refrescante baño.

Ficha técnica del recurso turístico: No. 29		
Nombre del atractivo: Finca Santa Teresa	Comunidad/es: El Nicho	Provincia/s: Cienfuegos
	Clasificación del atractivo: Histórico-Cultural	
	Categoría: Realizaciones Técnicas o Artísticas Contemporáneas	Jerarquía: 3
	Estado de conservación: Bueno	
	Actividades turísticas: Recorrido por los cafetales y la finca. Intercambio con el productor.	
	Acceso al recurso:	
	Vía: Terrestre	Estado: Bueno
	Particularidades:	
Descripción del atractivo:		
Ubicada a pocos metros del Parque Natural E Nicho, muestra los vestigios de lo que fuera la producción cafetalera en el Macizo Guamuhaya durante el siglo XIX.		

Ficha técnica del recurso turístico: No. 30		
Nombre del atractivo: Cortina de la Presa Hanabanilla	Comunidad/es: La Presa, Valle de Jibacoa	Provincia/s: Villa Clara
	Clasificación del atractivo	
	Categoría: Realización técnica	Jerarquía: 3
	Estado de conservación: Bueno	
	Actividades turísticas: Observación del paisaje, flora y fauna, paseos en bote	
	Acceso al recurso:	
	Vía: Terrestre y fluvial	Estado: Bueno
	Particularidades:	

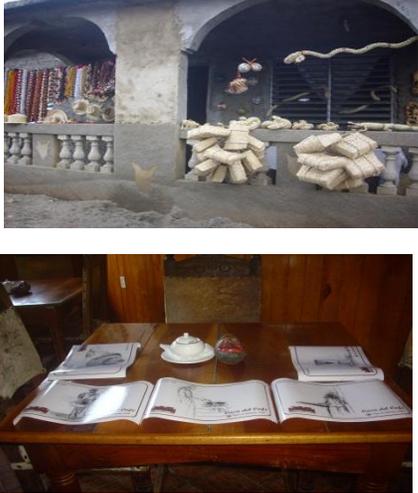
	Particularidades:
Descripción del atractivo:	
La cortina de la presa Hanabanilla es una de las construcciones más impresionantes de la zona de Jibacoa. Esta obra de ingeniería hidráulica posee categoría certificada, tiene más de 50 años de explotación y es la más protegida y bella del país. Su presencia hace del paisaje un ambiente único y atractivo. A 8 km de la cortina se encuentra el PNP Hanabanilla.	

Ficha técnica del recurso turístico: No. 31		
Nombre del atractivo: Arquitectura popular	Comunidad/es: Topes de Collantes, Jibacoa, Hanabanilla y El Nicho	Provincia/s: Sancti Spíritus, Villa Clara y Cienfuegos
	Clasificación del atractivo: Histórico-Cultural	
	Categoría: Folklore y Manifestaciones de la Cultura Tradicional	Jerarquía: 3
	Estado de conservación: Bueno	
	Actividades turísticas: Intercambio con los pobladores, conocer las típicas viviendas campesinas.	
	Acceso al recurso:	
	Vía: Terrestre	Estado: Bueno
Particularidades:		
Descripción del atractivo:		
<p>La arquitectura de la zona presenta rasgos de un proceso de configuración de nuevos asentamientos campesinos que promueven una urbanización de bajo costo. En sentido general las construcciones están caracterizadas por la simplicidad formal y constructiva.</p> <p>Uno de los sistemas constructivos que más presencia tiene en la zona es el "Novoa", que consiste fundamentalmente en la prefabricación de todas las paredes, mediante columnas encajueladas. En el caso de las áreas más intrincadas, la arquitectura está enmarcada por la llamada "arquitectura vernácula" con la existencia de típicas chozas campesinas, creadas por dichos habitantes a partir de sus propios recursos: con barro, madera, paja.</p>		

Ficha técnica del recurso turístico: No. 32		
Nombre del atractivo: Manifestaciones del arte	Comunidad/es: Topes de Collantes y Jibacoa	Provincia/s: Sancti Spíritus y Villa Clara
	Clasificación del atractivo: Histórico-Cultural	
	Categoría: Manifestaciones Culturales Contemporáneas y Acontecimientos Programados	Jerarquía: 3

	Estado de conservación: Bueno	
	Actividades turísticas: Intercambio con los pobladores, conocer la cultura popular	
	Acceso al recurso:	
	Vía: Terrestre	Estado: Bueno
	Particularidades:	
Descripción del atractivo:		
<p>Existen dos Casas de Cultura, la de Jibacoa fue reparada recientemente en el año 2012. Se celebra cada año una nueva edición del Festival de Cine de la Montaña, así como el Festival del Libro en la Montaña. El Evento de Ramón busca la promoción y rescate del género paisaje, mediante talleres de creación.</p> <p>Existe un fuerte movimiento de artistas aficionados dirigido y organizado por los promotores culturales e instructores de arte de la Casa de Cultura Antonio Núñez Jiménez. Se cuenta con varios solistas, trovadores, decimistas, conjuntos de música tradicional cubana como “Tradición” con dos años de creado, coros de niños como “Colorín” y “Como un príncipe Enano”. El movimiento teatral cuenta con un grupo de teatro de niños el cual ha obtenido resultados en el festival municipal de teatro “Panorama de teatro”.</p> <p>La danza y la pintura se nutren sobre todo de niños y jóvenes de los centros escolares de la comunidad. Existen grupos de danza como “Rayitos de sol” y varias ruedas de casino. En la galería de la casa de cultura y círculos sociales del resto de los asentamientos se realizan exposiciones de pinturas y artesanías de los aficionados.</p>		

Ficha técnica del recurso turístico: No. 33		
Nombre del atractivo: Costumbres y tradiciones	Comunidad/es: PNP Topes de Collantes y Valle de Jibacoa	Provincia/s: Sancti Spiritus, Cienfuegos y Villa Clara
	Clasificación del atractivo: Histórico-Cultural	
	Categoría: Folklore y Manifestaciones de la Cultura Tradicional	Jerarquía: 3
	Estado de conservación: Bueno	
	Actividades turísticas: Despulpado manual del café, intercambio con pobladores conocer la cultura popular.	
	Acceso al recurso:	
Vía: Terrestre	Estado: Bueno	
Particularidades:		
Descripción del atractivo:		
<p>El baile del pilón es emblemático. Surgió de la tradición de despulpar el café manualmente y debe su nombre al propio instrumento utilizado para esta actividad. Otra de las costumbres de los productores de la zona está enmarcada en las llamadas <i>prácticas agroecológicas</i> que consiste en el uso de abonos orgánicos naturales en agricultura, la lombricultura para aprovechar el humus de lombriz mediante la formación del compost, que consiste en la previa preparación de la tierra con cenizas y estiércol, el cual es agregado después para atraer a las lombrices. El humus de lombriz aporta al suelo los 26 nutrientes que necesita la planta para desarrollarse.</p>		

Ficha técnica del recurso turístico: No. 34		
Nombre del atractivo: Artesanías	Comunidad/es: PNP Topes de Collantes y Valle de Jibacoa	Provincia/s: Sancti Spiritus, Cienfuegos y Villa Clara
	Clasificación del atractivo: Histórico-Cultural	
	Categoría: Folklore y Manifestaciones de la Cultura Tradicional	Jerarquía: 3
	Estado de conservación: Bueno	
	Actividades turísticas: Intercambio con pobladores, compra de souvenirs, talleres de artesanías	
	Acceso al recurso:	
Vía: Terrestre	Estado: Bueno	
Particularidades:		
Descripción del atractivo:		
<p>Existe un fuerte movimiento de artistas aficionados que incluye tejedoras que se destacan por la confección de bolsos, carteras, juguetes, elementos decorativos. En la zona de Jibacoa, dentro de las tejedoras más destacadas se encuentran Ailda, Sandra, Belkis, Beatriz y Danay. Las obras de estas artesanas han participado en eventos expositivos en la comunidad, así como en el municipio y en la provincia.</p> <p>En la zona de Topes de Collantes se destaca el artesano Alexei Vera y otros que como él se dedican a crear cestas, bolsos, carteras, collares, sombreros, figuras, etc., a partir de fibras como el guaniquiqui, proveniente de la planta de su mismo nombre con la que realizan las cestas para la recogida del café (jabuco), el guano y la yarey para realizar sombreros y otros accesorios. También se trabaja el cuero para crear zapatos y carteras</p> <p>En la Plaza de las Memorias existe una tienda para la venta de artesanías y alrededor de la Casa del Café. Además existen en la zona artesanos que se dedican a tejer.</p> <p>En la Casa del Café existe un set de doiles confeccionados por un artista de la localidad que muestra las diferentes etapas de la producción cafetalera.</p>		

Ficha técnica del recurso turístico: No. 35		
Nombre del atractivo: Gastronomía Popular	Comunidad/es: PNP Topes de Collantes y Valle de Jibacoa	Provincia/s: Sancti Spiritus, Cienfuegos y Villa Clara
	Clasificación del atractivo: Histórico-Cultural	
	Categoría: Folklore y Manifestaciones de la Cultura Tradicional	Jerarquía: 3
	Estado de conservación: Bueno	
	Actividades turísticas: Intercambio con pobladores, talleres de encurtidos	
	Acceso al recurso:	

	Vía: Terrestre	Estado: Bueno
	Particularidades:	
Descripción del atractivo:		
<p>Existe en la comunidad rural La Herradura del Valle de Jibacoa un movimiento de mujeres artistas aficionadas que realizan conservas de frutas y vegetales. Entre ellas destaca Yadira, Ester, Victoria y Yadira Matos. Con esta práctica garantizan la posibilidad de disfrutar de las frutas y vegetales de la zona prácticamente todo el año. Estas productoras han celebrado exposiciones y talleres donde enseñan la forma de realizar las conservas y la variedad de productos que pueden ser conservados.</p> <p>En Topes de Collantes se puede degustar de una gastronomía autóctona bien variada que va desde: el consumo del café, la bebida típica, en sus más variadas preparaciones, el Pollo a la Gallega, el lechón asado en púa, el congrí hasta las más dulces frutas tropicales.</p>		

Ficha técnica del recurso turístico: No. 36		
Nombre del atractivo: Sitios arqueológicos	Comunidad/es: Valle de Jibacoa y PNP Topes de Collantes	Provincia/s: Villa Clara
	Clasificación del atractivo: Histórico-Cultural	
	Categoría: Folklore	Jerarquía: 3
	Estado de conservación: Regular	
	Actividades turísticas: Escalamientos, exploración de grutas y cavernas, visitar sitios arqueológicos	
	Acceso al recurso:	
	Vía: Terrestre	Estado: Bueno
Particularidades:		
Descripción del atractivo:		
<p>En el Valle de Jibacoa se encuentran ubicados 34 sitios arqueológicos, las cuevas de los Chivos y del Guanajo son ejemplos de sitios enclavados en el Valle del Sumidero donde se hallaron vestigios de la presencia de comunidades aborígenes a finales de los 90's del siglo XX y principios del XXI. La muestra principal de los hallazgos arqueológicos de estos sitios se encuentra en el Museo de Historia Municipal de Manicaragua, aunque existe una pequeña muestra en la Casa de Cultura "Antonio Núñez Jiménez" de Jibacoa. Otro de los sitios es la Cueva La calavera ubicada en Guanayara y El Mamey en Cienfuegos.</p>		

INFRAESTRUCTURAS TURÍSTICAS Y EQUIPAMIENTO

Ficha técnica del recurso turístico: No. 37		
Nombre del atractivo: Hotel Los Helechos	Comunidad/es: Topes de Collantes	Provincia/s: Sancti Spiritus
	Clasificación del recurso: Infraestructura turística	
	Categoría: Infraestructura de alojamiento	
	Estado de conservación: Excelente	

	Actividades turísticas: Alojamiento, restauración, recreación en la discoteca, baño en la piscina, juego de bolos	
	Acceso al recurso:	
	Vía: Terrestre	Estado: Bueno
	Particularidades: Es el más comercializado de todos los hoteles de la zona, recibe solo turismo internacional.	
Descripción del atractivo:		
<p>El Hotel "Los Helechos" ubicado en Topes de Collantes es un hotel de recorrido de 3 estrellas donde la estancia promedio es de 2 a 3 noches. Es la principal instalación hotelera para el alojamiento de los turistas internacionales que visitan el destino como parte de excursiones de overnight, circuitos y recorridos de diferentes agencias y turoperadores que operan en el país. Cuenta con un restaurante buffet, piscina climatizada, discoteca, bolera y sala de juegos. Es un lugar tranquilo que se inserta armónicamente en el ambiente natural de la montaña. Posee 41 habitaciones dobles, 6 suites, y 58 cabañas.</p>		

Ficha técnica del recurso turístico: No. 38		
Nombre del atractivo: Villa Caburní	Comunidad/es: Topes de Collantes	Provincia/s: Sancti Spiritus
	Clasificación del recurso: Infraestructura turística	
	Categoría: Infraestructura de alojamiento	
	Estado de conservación: Bueno	
	Actividades turísticas: Alojamiento y restauración	
	Acceso al recurso:	
	Vía: Terrestre	Estado: Bueno
Particularidades:		
Descripción del atractivo:		
<p>La Villa Caburní es una pequeña instalación hotelera de 3 estrellas dedicada principalmente al alojamiento de los turistas en recorrido que visitan el destino o para aquellos que prefieren descansar y estar en contacto directo con la naturaleza. Cuenta con un restaurante buffet y bar y habitaciones con parqueo privado. Posee 29 residencias, de ellas 28 con 2 habitaciones cada una y una con 4 habitaciones climatizadas</p>		

Ficha técnica del recurso turístico: No. 39

Nombre del atractivo: Hotel Hanabanilla	Comunidad/es:	Provincia/s: Villa Clara
	Clasificación del recurso: Infraestructura turística	
	Categoría: Infraestructura de alojamiento	
	Estado de conservación: Bueno	
	Actividades turísticas: Alojamiento, restauración, recreación, baño en la piscina, observación de la flora y la fauna, visita al Área protegida, senderismo, paseo en botes, pesca	
	Acceso al recurso:	
	Vía: Terrestre y fluvial	Estado: Bueno
	Particularidades:	

Descripción del atractivo:
Situado al pie del lago Hanabanilla, en plena Sierra del Escambray, principal grupo montañoso del centro de la Isla, este hotel es perfecto para liberar el estrés ciudadano. Desde la instalación se puede disfrutar de paseos por el lago, donde habitan significativos ejemplares de la trucha y recorridos por asentamientos poblacionales de la localidad, senderismo, así como el disfrute del salto y del restaurante intramontano Río Negro, con una amplia vista del lago.

Ficha técnica del recurso turístico: No. 40

Nombre del atractivo: Restaurante Río Negro	Comunidad/es: PNP Hanabanilla	Provincia/s: Sancti Spiritus
	Clasificación del recurso: Infraestructura turística	
	Categoría: Infraestructura de restauración	
	Estado de conservación: Bueno	
	Actividades turísticas: Almuerzos y cocteles	
	Acceso al recurso:	
	Vía: Terrestre y fluvial	Estado: Bueno
	Particularidades:	

Descripción del atractivo:
Situado al pie del Lago Hanabanilla en el Centro Turístico que lleva su mismo nombre, a pocos metros del embarcadero, brinda servicios de restauración a los visitantes al Paisaje Natural Protegido Hanabanilla, su oferta se basa en coctelería y almuerzos con comida criolla.

Ficha técnica del recurso turístico: No. 41

Nombre del atractivo:
Restaurante Mi Retiro

Comunidad/es:
Topes de Collantes

Provincia/s:
Sancti Spíritus



Clasificación del recurso: Infraestructura turística

Categoría: Infraestructura de restauración

Estado de conservación: Bueno

Actividades turísticas: Almuerzos y cocteles

Acceso al recurso:

Vía: Terrestre

Estado: Bueno

Particularidades:

Descripción del atractivo:

Situado al margen de la carretera que conecta a Topes de Collantes con el circuito sur, está casona perteneció a Fulgencio Batista, pertenece al Parque Altiplano. Restaurant campestre típico, situado en una elevación a 4 Km de Topes de Collantes, donde se degusta el sabor de la comida criolla combinado con la belleza del paisaje.

Ficha técnica del recurso turístico: No. 42

Nombre del atractivo:
La Casa de la Gallega

Comunidad/es:
Topes de Collantes

Provincia/s:
Sancti Spíritus



Clasificación del recurso: Infraestructura turística

Categoría: Infraestructura de restauración

Estado de conservación: Bueno

Actividades turísticas: Almuerzos y cenas, cocteles

Acceso al recurso:

Vía: Terrestre

Estado: Bueno

Particularidades:

Descripción del atractivo: Situado en el Parque Guanayara, se trata de una casa campesina al margen del río que brinda servicios gastronómicos a los visitantes del parque, su especialidad es el Pollo a la Gallega.

Ficha técnica del recurso turístico: No. 43

Nombre del atractivo:
Restaurante del Parque Codina

Comunidad/es:
Topes de Collantes

Provincia/s:
Sancti Spíritus



Clasificación del recurso: Infraestructura turística

Categoría: Infraestructura de restauración

Estado de conservación: Bueno

Actividades turísticas: Almuerzos y cocteles

Acceso al recurso:

Vía: Terrestre

Estado: Bueno

Particularidades:

Descripción del atractivo: Situado en el Parque Codina, brinda servicios gastronómicos a los visitantes del parque, su especialidad es el cerdo asado en púa.

Ficha técnica del recurso turístico: No. 44

Nombre del atractivo:
Restaurante del Parque El Cubano

Comunidad/es:
Topes de Collantes

Provincia/s:
Sancti Spíritus



Clasificación del recurso: Infraestructura turística

Categoría: Infraestructura de restauración

Estado de conservación: Bueno

Actividades turísticas: Almuerzos y cocteles

Acceso al recurso:

Vía: Terrestre

Estado: Bueno

Particularidades:

Descripción del atractivo: Situado en el Parque El Cubano, brinda servicios gastronómicos a los visitantes del parque.

Ficha técnica del recurso turístico: No. 45

Nombre del atractivo:
Snack Bar El Mirador (Mirador del Caribe)

Comunidad/es:
Topes de Collantes

Provincia/s:
Sancti Spíritus

Clasificación del recurso: Infraestructura turística

	Categoría: Infraestructura de restauración	
	Estado de conservación: Bueno	
	Actividades turísticas: Observación del paisaje, meriendas, cocteles.	
	Acceso al recurso:	
	Vía: Terrestre	Estado: Bueno
Particularidades:		
Descripción del atractivo:		
<p>A 600 m. sobre el nivel del mar y 8 Km. de Trinidad al borde de la carretera que une la Histórica Villa con Topes de Collantes, disfrute del snack bar “El Mirador” con el trago típico de la zona y comida ligera. Hermosa vista a Trinidad y a la Península de Ancón y el mar Caribe.</p>		

Ficha técnica del recurso turístico: No. 47		
Nombre del atractivo: Instalaciones de ocio	Comunidad/es: Topes de Collantes	Provincia/s: Sancti Spiritus
	Clasificación del recurso: Infraestructura turística	
	Categoría: Infraestructuras de ocio	
	Estado de conservación: Bueno	
	Actividades turísticas: Espectáculos nocturnos	
	Acceso al recurso:	
	Vía: Terrestre	Estado: Bueno
	Particularidades:	
Descripción del atractivo: Existe una discoteca perteneciente al Hotel Lo Helechos, salas de juego, una piscina y otra discoteca en el Hotel Hanabanilla.		

Ficha técnica del recurso turístico: No. 48		
Nombre del atractivo: Servicios generales	Comunidad/es: Topes de Collantes	Provincia/s: Sancti Spiritus
Centro de Información	Clasificación del recurso: Equipamiento	
	Categoría: Equipamientos	

	Estado de conservación: Bueno	
	Actividades turísticas:	
	Acceso al recurso:	
	Vía: Terrestre	Estado: Bueno
	Particularidades:	
Descripción del atractivo:		
<p>Existen en la zona de Topes de Collantes un Taller de mecánica, una Casa de cambio (CADECA), el Kurhotel Escambray que brinda servicios médicos a pacientes que lo necesiten con urgencia, existe una tienda del Grupo Caracol ubicada en el Hotel Los Helechos y una en el Hotel Hanabanilla, lugares destinados al parking de los vehículos que transitan por la zona. Existe además un Centro de Información que brinda asesoría a los turistas que llegan al destino.</p>		

Ficha técnica del recurso turístico: No. 49		
Nombre del atractivo: Comunicaciones	Comunidad/es: Topes de Collantes	Provincia/s: Sancti Spiritus
	Clasificación del recurso: Equipamiento	
	Categoría: Equipamientos	
	Estado de conservación: Bueno	
	Actividades turísticas:	
	Acceso al recurso:	
	Vía: Terrestre	Estado: Bueno
	Particularidades:	
Descripción del atractivo:		
<p>El acceso a la zona es fundamentalmente a través de carreteras utilizando 4 vías fundamentales: carretera Manicaragua-Topes de Collantes, carretera Cumanayagua-Topes de Collantes, carretera Trinidad-Topes y Cienfuegos-Trinidad. Específicamente en Topes de Collantes existe un helipuerto y una base de transporte de carga y de pasajeros. Operan en el destino las redes de comunicación de ETECSA, existe una oficina de correos y en el Hotel Los Helechos se brinda acceso a internet.</p>		

Anexo 8 Impactos negativos sobre el medio ambiente en la zona

a) Acumulación de desperdicios o basuras y contaminación visual

La planta de tratamiento de residuales líquidos de los hoteles Los Helechos y Los Pinos y el Serrano del Complejo Turístico Topes de Collantes tiene problemas constructivos.

Por otro lado por parte de la Despulpadora de Jibacoa y Porcino Cordovanal de Boquerones se vierten desechos sólidos y orgánicos.

b) Ruidos

La contaminación por ruido es casi nula pues se trata de una zona rural montañosa donde no existen grandes industrias ni grandes asentamientos poblacionales.

c) Contaminación de aguas

Los sistemas de tratamiento de residuales en los asentamientos poblacionales de la montaña poseen alto grado de deterioro vertiendo directamente a las cuencas hidrográficas del territorio y las fuentes de abasto de agua en su mayoría no tienen las condiciones de protección, de igual forma no se monitorea la calidad del agua de consumo.

d) Polución atmosférica

Esta es causada fundamentalmente por los medios de transporte utilizados, los cuales arrojan gran cantidad de CO₂, agente contaminante del aire.

e) Degradación de la flora y perturbación de la fauna

Los procesos ecológicos dentro de la diversidad de paisajes, ecosistemas y hábitats, se encuentran muy afectados en algunas áreas del PNP Topes de Collantes, evidenciándose una alteración de la composición florística y faunística. Además, existe falta de información sobre el potencial forestal y sobre el estado actual de la biodiversidad.

f) Saturación de zonas

Se incumple con las medidas número 8 y 22 dictadas en la Licencia Ambiental No. 8/2003, emitida para la explotación de los senderos, referente a la capacidad de carga diaria de visitantes en la caminata y los programas de monitoreo (flora, fauna, suelo, otros). Existen problemas en cuanto a la erosión de los suelos producto de la deforestación y por las prácticas agropecuarias inadecuadas.

Anexo 9 Variables de estudio

	Descripción	Preguntas
Variables demográficas y socio-económica (generales):		
Nacionalidad	País donde vive	P1
Sexo	Género	P2
Edad	Etapa de vida	P3
Profesión u oficio	Estudia, trabaja o es retirado	P4
Nivel de ingresos	Capacidad de Solvencia	P5
Variables relacionadas con el viaje (específicas):		
Frecuencia de viaje y estacionalidad	Veces que viaja al año y temporadas (baja o alta del turismo en Cuba)	P6
Personas con las que viaja	Solo o acompañado	P7
Forma de organizar el viaje	Individual o a través de AA.VV	P8
Grado de repitencia	Visitas anteriores al destino	P9
Motivaciones	Qué lo motivó a visitar el destino	P10
Conocimiento de las rutas alimentarias	Conocimiento de lo que son las rutas alimentarias	P11
Interés por participar en una ruta del café	Deseo por participar	P12
Intereses cognitivos y actividades que le interesa realizar	Qué le interesaría conocer y realizar durante la ruta	P13 y 14

Fuente: Elaborado por el autor a partir de las variables propuestas por Martín (2006) para caracterizar la demanda turística y las variables de segmentación propuestas por Serra (2003).

Anexo 10 Cuestionario diseñado

Estimado Cliente:

La Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas realiza una investigación a fin de conocer su grado de aceptación para el lanzamiento de un nuevo producto turístico asociado al café. Para ello es importante contar con su valiosa cooperación a través de la respuesta al siguiente cuestionario.

1. Nacionalidad: _____
2. Sexo: ____ F ____ M
3. Edad: ____ entre 18 y 30 ____ entre 31 y 40 ____ entre 41 y 59 ____ \geq 60
4. Profesión u oficio: _____
5. Nivel de ingresos: ____ bajo ____ medio ____ alto
6. ¿En qué mes o meses viaja regularmente? _____
7. ¿Con quién viajó? ____ solo ____ en pareja ____ con familiares ____ con amigos
8. ¿De qué manera organizó su viaje? ____ a través de una AA.VV o TT.OO ____ Individual
9. ¿Es su primera visita a Topes de Collantes? ____ Sí ____ No
10. ¿Qué lo motivó a visitar Topes de Collantes? _____
11. ¿Conoce lo que son las rutas turísticas alimentarias? ____ Sí ____ No
12. ¿De existir en la zona una ruta vinculada a la producción y consumo del café, le interesaría ser participe de la misma? ____ Sí ____ No
13. De ser positiva su respuesta ¿Qué le interesaría conocer durante la ruta?
(Marque con una X la o las opciones que considere)
 Técnicas propias para la cosecha cafetalera en la zona
 Características específicas del café de la zona
 Formas de preparación y hábitos de consumo
 Proceso de producción artesanal
 Proceso de producción industrial
 Beneficios para la salud
 Otras. ¿Cuáles? _____
14. De las siguientes actividades, ¿en cuáles les gustaría participar durante la ruta? (Marque 0=no me gustaría, 1=me gustaría y 2=me gustaría mucho)

Cultura	Valor	Naturaleza y aventura	Valor
1. Visitar las fincas cafetaleras		1. Bañarse en ríos y cascadas	
2. Visita a museos y sitios de interés histórico		2. Paseos en botes	
3. Artesanías y manifestaciones culturales		3. Montar a caballo o en mulos de carga	
4. Intercambio con los productores y pobladores		4. Ver flora y fauna autóctonas	
5. Degustar de la gastronomía autóctona		5. Relajarse en un ambiente natural	
6. Conocer las típicas viviendas campesinas		6. Vistas espectaculares desde miradores	
7. Visitas a centros vinculados a la producción cafetalera en el Escambray		7. Explorar cuevas, grutas o cavernas	
8. Participar en la siembra y/o despulpado manual del café		8. Recorrer senderos	
9. Visitar sitios arqueológicos		9. Acampadas	
Otras:		Otras:	

¡Gracias por su cooperación!

Anexo 11 Entrevista para la validación del cuestionario

Esta entrevista tiene por objetivo conocer su opinión sobre el cuestionario que se presenta a continuación, el cual se pretende aplicar a los turistas que visitan Topes de Collantes a fin de conocer el perfil de este posible mercado potencial para el lanzamiento de un nuevo producto turístico asociado a la producción cafetalera en la zona. Esperamos colabore con nuestro propósito. Le agradecemos de antemano por el tiempo dedicado.

1. Nacionalidad: _____
2. Sexo: ____ F ____ M
3. Edad: ____ entre 18 y 30 ____ entre 31 y 40 ____ entre 41 y 59 ____ ≥ 60
4. Profesión u oficio: _____
5. Nivel de ingresos: ____ bajo ____ medio ____ alto
6. ¿En qué mes o meses viaja regularmente? _____
7. ¿Con quién viajó? ____ solo ____ en pareja ____ con familiares ____ con amigos
8. ¿De qué manera organizó su viaje? ____ a través de una AA.VV o TT.OO ____ Individual
9. ¿Es su primera visita a Topes de Collantes? ____ Sí ____ No
10. ¿Qué lo motivó a visitar Topes de Collantes? _____
11. ¿Conoce lo que son las rutas turísticas alimentarias? ____ Sí ____ No
12. ¿De existir en la zona una ruta vinculada a la producción y consumo del café, le interesaría ser partícipe de la misma? ____ Sí ____ No
13. De ser positiva su respuesta ¿Qué le interesaría conocer durante la ruta? (Marque con una X la o las opciones que considere)
 - ____ Técnicas propias para la cosecha cafetalera en la zona
 - ____ Características específicas del café de la zona
 - ____ Formas de preparación y hábitos de consumo
 - ____ Proceso de producción artesanal
 - ____ Proceso de producción industrial
 - ____ Beneficios para la salud
 - ____ Otras. ¿Cuáles? _____
14. De las siguientes actividades, ¿en cuáles les gustaría participar durante la ruta? (Marque 0=no me gustaría, 1=me gustaría y 2=me gustaría mucho)

Cultura	Valor	Naturaleza y aventura	Valor
1. Visitar las fincas cafetaleras		1. Bañarse en ríos y cascadas	
2. Visita a museos y sitios de interés histórico		2. Paseos en botes	
3. Artesanías y manifestaciones culturales		3. Montar a caballo o en mulos de carga	
4. Intercambio con los productores y pobladores		4. Ver flora y fauna autóctonas	
5. Degustar de la gastronomía autóctona		5. Relajarse en un ambiente natural	
6. Conocer las típicas viviendas campesinas		6. Vistas espectaculares desde miradores	
7. Visitas a centros vinculados a la producción cafetalera en el Escambray		7. Explorar cuevas, grutas o cavernas	
8. Participar en la siembra y/o despulpado manual del café		8. Recorrer senderos	
9. Visitar sitios arqueológicos		9. Acampadas	
Otras:		Otras:	

Según su experiencia:

1. ¿Considera que cada pregunta está bien redactada, se entiende claramente cómo se debe responder? (Valore en una escala de 1 a 3 en cada caso, donde 1= Mal, 2= Regular y 3= Bien en cada caso)
2. ¿Qué importancia la concede a cada pregunta en correspondencia con el objetivo de la investigación? (Valore en una escala de 1 a 3 en cada caso, donde 1= Nada, 2= Importante y 3= Muy importante)
3. ¿Considera que deban ser agregadas o sustituidas preguntas?
 ____ No ¿Por qué? ____ Sí ¿Cuáles y Por qué?

Anexo 12 Grupo de especialistas seleccionados para la validación del cuestionario

No.	Especialista	Entidad a la que pertenece	Función o cargo que desempeña	Años de experiencia
1	Dra. C. Esther Lidia Machado Chaviano	Centro de Estudios Turísticos(CETUR) de la Universidad Central Marta Abreu de "Las Villas"	Especialista en Marketing Turístico	16
2	M.Sc. Yanet Hernández Aro	CETUR de la Universidad Central Marta Abreu de "Las Villas"	Especialista en Turismo rural	6
3	Lic. Oslaidys Pujol Marco	Complejo Gaviota "Topes de Collantes"	Especialista Comercial	20
4	MSc. Alejandro Sosa Piñeiro	Complejo Gaviota "Topes de Collantes"	Director de Operaciones	12
5	Ing. Rafael Rodríguez Rodríguez	Complejo Gaviota "Topes de Collantes"	Director Comercial	12
6	MSc. Iroel Ruiz Plasencia	Complejo Gaviota Villa Clara	Director de Medio Ambiente y especialista del PNP	15
7	Arq. Dorgis Sarduy Herrera	Complejo Gaviota Villa Clara	Especialista del PNP	10

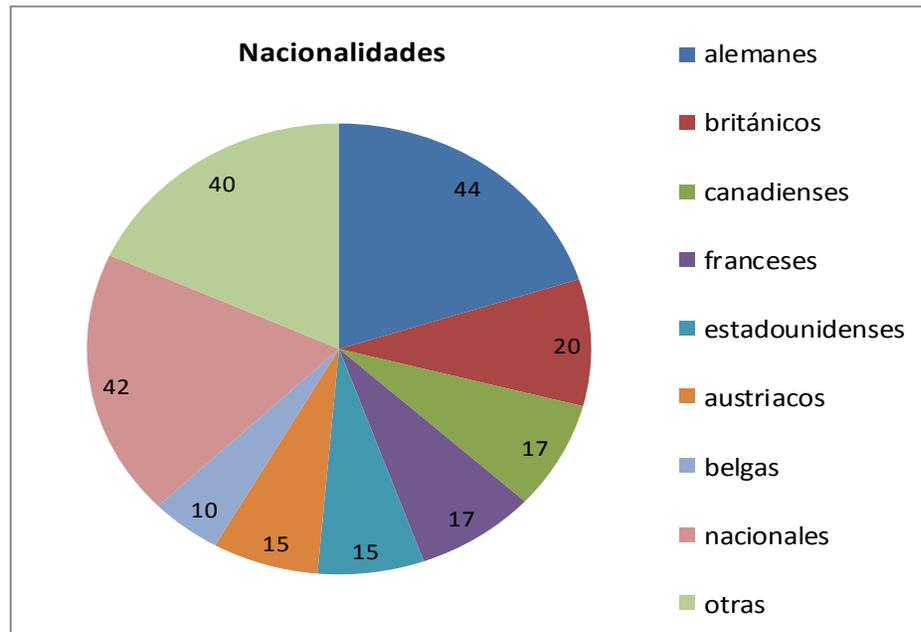
Fuente: Elaborado por el autor

Anexo 13 Resultados de la entrevista realizada para la validación del cuestionario

No.	Especialista	Pregunta 1	Pregunta 2	Pregunta 3
1	Dr. Esther Lidia Machado Chaviano	Considera 13 de la 14 preguntas están bien redactadas, y que la 10 debe ser cerrada.	La pregunta 12, 13 y 14 son muy importantes para el diseño del producto.	Recomienda dejar el cuestionario como está pues aborda las variables fundamentales.
2	MSc. Yanet Hernández Aro	Considera que el 100% de las preguntas están bien redactadas y se entienden.	Todas son importantes, pero la 10, 12, 13 y 14 son las más importantes.	Cree que no deben ser agregadas más preguntas
3	Lic. Oslaidys Pujol Marco	Considera que las preguntas se encuentran bien redactadas	Todas son muy importantes	Recomienda no incorporar más preguntas ni sustituir ninguna.
4	MSc. Alejandro Sosa Piñeiro	Considera que el cuestionario se encuentra bien redactado, pero aun así debe aplicarse una prueba piloto.	Todas son importantes, pero la 14 es una de las más importantes.	Considera que no se deben agregar más preguntas pues el cuestionario puede resultar tedioso para los turistas los cuales disponen de poco tiempo.
5	Ing. Rafael Rodríguez Rodríguez	Considera que las preguntas están claramente entendibles.	Todas son importantes	Considera que no son necesarias más preguntas.
6	MSc. Iroel Ruiz Plasencia	Considera que el cuestionario está bien redactado pues se observan instrucciones precisas sobre cómo responder en cada caso.	Todas son muy importantes, pero 11, 13 y 14 son claves.	Considera que todas las preguntas utilizadas son necesarias para la investigación en cuestión.
7	Arq. Dorgis Sarduy Herrera	Considera que el cuestionario esté redactado correctamente pero la pregunta 11 puede traer mal entendidos, sobre todo a los no conocedores del tema	En su mayoría son muy importantes, no existe ninguna que no brinde información respecto a las características del turista	Recomienda revisar la pregunta 11.

Fuente: Elaborado por el autor.

Anexo 14 Nacionalidades de los turistas que mostraron interés en la ruta



Fuente: Elaborado por el autor a partir de la estadística descriptiva del SPSS 21.0

Las otras nacionalidades se refieren a:

- Argentina y Suiza con 7 turistas cada una
- Rusia (4)
- cubanos residentes en España (2)
- cubanos americanos (2)
- Australia (3)
- Hungría (2)
- Chile (2)
- Dinamarca (2)
- Holanda(1)
- Turquía(1)
- Nueva Zelanda (1)
- España (1)
- Estonia (1), Portugal (1)
- Serbia (1) e Italia (1)

Anexo 15 Características demográficas y de viaje de los turistas con interés en la ruta

Demográficas

Variables	Turistas Internacionales				Turistas Nacionales			
Sexo	Femenino		masculino		femenino		masculino	
	103		75		22		20	
Edad	18-30	31-40	41-59	≥ 60	18-30	31-40	41-59	≥ 60
	39	20	56	63	25	3	10	4
Profesión u oficio	estudia	trabaja	retirado	ama de casa	estudia	trabaja	retirado	ama de casa
	25	123	28	2	10	30	2	0
Nivel de ingresos	bajo		medio		Bajo		alto	
	42		90		46		12	

Relacionadas con el viaje

Variables	Turistas Internacionales				Turistas Nacionales					
Temporada regular de viaje	baja	alta	ambas	ocasionalmente	baja	alta	ambas	Ocasionalmente		
	57	35	67	19	17	7	13	12		
Personas con las que viaja	solo	pareja	fam.	amigo	ambos	solo	pareja	fam.	amigo	Ambos
	17	73	35	38	15	1	5	25	5	6
Forma de organizar el viaje	individualmente		a través de AA.VV o TT.OO		Turismo de incentivo					
	43		135		42					
Grado de repitencia	repitente		no repitente		repitente			no repitente		
	168		10		34			8		

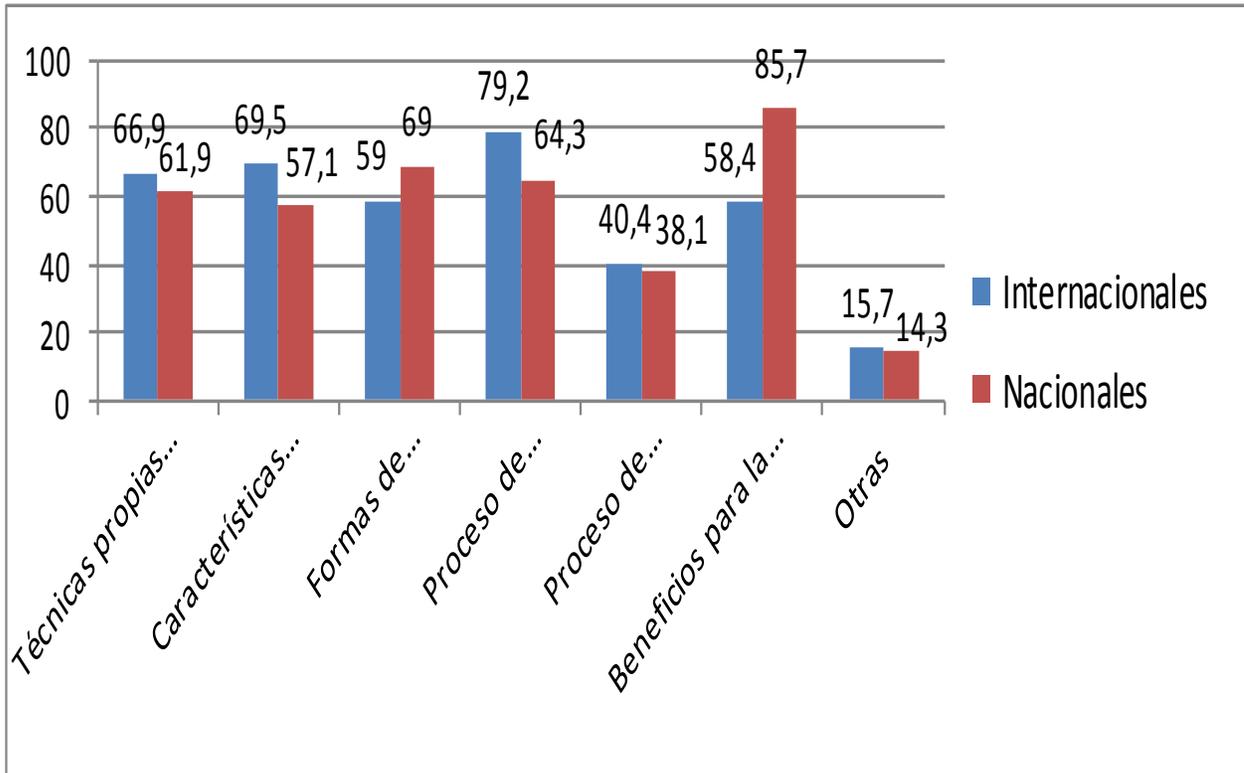
Fuente: Elaborado por el autor mediante los resultados de la estadística descriptiva obtenida a partir del SPSS 21.0.

Anexo 16 Comparación de las motivaciones entre nacionales e internacionales



Fuente: Elaborado por el autor a partir de la estadística descriptiva del SPSS 21.0

Anexo 17 Comparación de los intereses cognitivos nacionales e internacionales



Fuente: Elaborado por el autor a partir de la estadística descriptiva del SPSS 21.0

Anexo 19 Segmentos de mercados potenciales

Conglomerado 1	Conglomerado 2	Conglomerado 3	Conglomerado 4
<p>Estudiantes austriacos y alemanes con edades comprendidas entre los 18 y 30 años de edad, con ingresos medios. Su mayor interés está dirigido al <i>proceso de producción artesanal</i> y las características específicas del café en la zona, no les interesa el proceso de producción industrial ni los beneficios para la salud.</p>	<p>Profesionales de diversas de todas las edades con nacionalidades diversas e ingresos medios. Su interés está enfocado en el <i>proceso de producción artesanal</i> y no les interesa el proceso de producción industrial.</p>	<p>Turistas de la tercera edad retirados, con nacionalidades diversas que poseen ingresos medios o altos. Su mayor interés está dirigido al <i>proceso de producción artesanal</i>, las técnicas propias para la cosecha y las características específicas del café en la zona.</p>	<p>Turistas nacionales con edades comprendidas entre los 18 y 30 años de edad, que viajan en familia y son profesionales que poseen un nivel de ingresos medio. Su interés está enfocado en los beneficios para la salud y el proceso de producción artesanal, no les interesa el proceso de producción industrial</p>

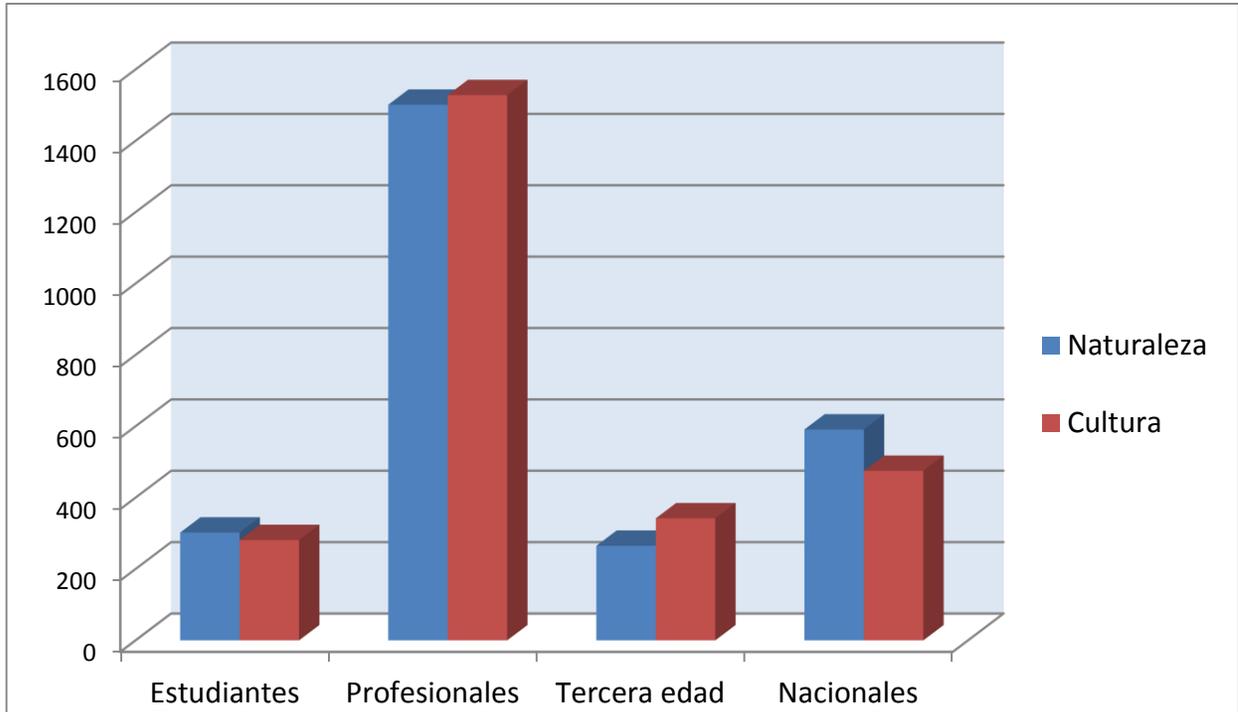
Fuente: Elaborado por el autor

Anexo 20 Matriz actividades-preferencias (para cada segmento de mercado)

Activ.	Preferencia media		Preferencia fuerte		Sumatoria		Orden de preferencia	
	Estudiantes							
	Cultura (C)	Naturaleza (N)	C	N	C	N	C	N
1	12	6	26	34	38	40	5	1 y 7
2	11	11	16	26	27	37	1	5
3	16	4	8	18	24	22	4	2,4y6
4	6	9	30	28	36	37	8	8
5	7	9	32	30	39	39	6	3y9
6	12	9	20	28	32	37	2 y 7	
7	17	8	10	32	27	40	9	
8	9	12	24	16	33	28	3	
9	7	6	18	16	25	22		
					281	302		
Profesionales								
1	52	31	140	158	192	189	5	6
2	64	40	86	128	150	168	1	4
3	55	44	94	54	149	98	6	5
4	56	37	118	162	174	199	4	1
5	37	32	162	162	199	194	9	8
6	48	31	140	170	188	201	7	7
7	65	45	92	132	157	177	8	2
8	45	38	106	142	151	180	2	3
9	52	43	106	44	158	87	3	9
10	0	0	10	8	10	8	10	10
					1528	1501		
Tercera edad								
1	9	5	36	24	45	29	1	4
2	14	12	28	18	42	30	2 y 3	5
3	10	6	32	6	42	12	4 y 5	6
4	8	11	32	34	40	45	9	2
5	14	12	26	28	40	40	7	1 y 7
6	8	10	24	28	32	38	6	8
7	15	9	20	20	35	29	8	9
8	11	4	16	20	27	24	10	3
9	13	5	24	10	37	15		10
10	0	1	2	2	2	3		
					342	265		
Nacionales								
1	28	5	16	68	44	73	2 y 9	1 y 6
2	18	9	48	62	66	71	7	5
3	18	9	36	48	54	57	3 y 6	2
4	28	17	16	48	44	65	5	7
5	17	10	36	62	53	72	1 y 4	4
6	24	11	30	62	54	73	8	3
7	19	10	38	58	57	68	10	9
8	18	20	12	30	30	50		8
9	14	17	52	36	66	53		10
10	3	1	4	8	7	9		
					475	591		

Fuente: Elaborado por el autor a partir de la estadística descriptiva de la variable actividades obtenida mediante Software Estadístico SPSS 21.0.

Anexo 21 Actividades preferentes según ponderaciones



Fuente: Elaborado por el autor a partir de la estadística descriptiva del SPSS 21.0.

Anexo 22 Análisis de la oferta de rutas alimentarias en países seleccionados

Ruta alimentaria	Localización	Descripción
Ruta de la Sal	Zapotitlán de Salinas, México	Su atractivo parte del vínculo del alimento con la tierra y su homologación con otras actividades en el plano agropecuario. Su mayor valor está en el plano de los intercambios culturales al ser esta sal un ingrediente fundador de la civilización mesoamericana. (Renard y Thomé, 2010)
Ruta del Tequila	Jalisco, México	La industria tequilera la integran más de 300 mil personas. Sus exportaciones equivalen a más de 100 millones de litros y cuenta con una Denominación de Origen, además el paisaje tequilero ha sido declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO. Existen 53 empresas conformadas alrededor de la ruta (Barrera y Bringas, 2009).
Rutas del vino	Valles de Colchagua, Chile	Ofrece diferentes programas con degustaciones en las más importantes bodegas del valle, cuenta con salas de venta de vinos y suvenires, salas de degustación, comedores y baños, además los guiados son realizados en español, inglés y alemán.
	Valle del Maule, Chile	Es una de las tres que existen en Chile. En ella se estructura una serie de actividades, entre las que se cuentan: Visitas guiadas a diferentes viñedos, degustar y adquirir excelentes vinos de exportación, recorrer lugares históricos, visitar museos, pueblos coloniales, casas patronales, reservas forestales nativas, todo armonizado con gastronomía típica regional. El circuito, que contempla la visita a 12 viñas (Muñoz e Ibáñez, 2010).
	Mendoza, Argentina	La ruta "Los Caminos del Vino" está integrada por: 92 Bodegas, 11 Restaurantes, 6 Hoteles urbanos, 9 Hoteles rurales y 10 Empresas en torno al vino. Posee un alto nivel de sofisticación y glamour, desatancándose las bodegas boutiques y los restaurantes gourmet y los hoteles rurales que se presentan se caracterizan por su carácter "boutique". No incorpora a los vitivinicultores, dejando fuera del negocio del vino a quienes conforman un eslabón fundamental de la cadena.
	Cataluña, España	Comprende la visita a bodegas donde se fabrican vinos de gran prestigio los cuales poseen Denominaciones de Origen: Priorat, Penedés y Cava. Por otra parte comprende otras opciones como el sol, la playa, el turismo de eventos asociados al vino (Medina y Tresserras, 2008; Barrera y Bringas, 2009).
	Valle de Napa(California), USA	La más exitosa ruta del vino del mundo, logrado una importante valorización para los vinos del valle. En éste desarrollo ha jugado un rol fundamental la política implementada por los organismos de competencia agropecuaria con una serie de severas regulaciones que defendieron el paisaje y el uso agrícola del suelo frente al turístico y el ciudadano (Barrera y Bringas, 2009).
Ruta de la	Provincias de	Es una ruta alimentaria que se funda en la cultura productiva

yerba mate	Corrientes y Misiones, Argentina	de la yerba mate, integrada por circuitos turísticos que incluyen a todos los componentes del cluster yerbatero con protocolos de calidad, y se creó una asociación con los integrantes de la ruta. Si bien se basa en la yerba cuenta como elementos auxiliares a otros alimentos típicos de la región. Está integrada por establecimientos rurales y colonos asentados en el área que se dedican a la producción de yerba mate. A los turistas se les muestra el cultivo y visitan los molinos yerbateros y restaurantes que ofrecen menús regionales con presencia de la yerba en sus usos tradicionales .
Rutas del queso	Santa Cruz de Turrialba, Costa Rica	Es el resultado de una serie de iniciativas de los productores de leche y quesos, y de varias instituciones que en distintos períodos han buscado opciones para fortalecer la producción del queso y diversificar las actividades generadoras de ingresos en esa comunidad Comprende la isita a las fincas lecheras, y plantas queseras, así como a los atractivos naturales, culturales e históricos y el disfrute de los platos típicos de la zona (Blancos y Riveros, 2003)
	Melisilla, Chile	Permite a los visitantes conocer desde la crianza del ganado bovino hasta la fabricación del queso y otros productos lácteos. Incluye distintos circuitos agroturísticos por las comunas de Mallarauco, Codigua y Puangue que permiten conocer las queserías, granjas educativas, chicherías, paradores, restaurantes, viveros y antiguas construcciones que forman parte de la antigua arquitectura colonial de la zona.
Ruta del salmón	Región de Los Lagos, Chile	La ruta del salmón ofrece un viaje por la industria salmonera Chilena en la Región de Los Lagos, dicha ruta cuenta con 4 tipos de tours que en conjunto y en diversos sectores, incluyen visitas a las balsa jaulas, observación mediante cámaras submarinas, del proceso de alimentación de los peces, observación de una lobería, plantas de proceso y cosecha de los peces y construcción de bodegas flotantes. Todo esto entremezclado con recorridos por la zona costera en donde es posible visitar lugares pintorescos donde se puede observar las tradicionales embarcaciones de madera de gran belleza natural.

Fuente: Elaborado por el autor de la investigación

Anexo 23 Oferta de recorridos de Turoperadores y Agencias de Viajes

Recorridos	Provincias	Días	Precio	Atractivos turísticos rurales
HAVANATUR T&T Collection				
Habana-Varadero	Ciudad de la Habana, Pinar del Río y Matanzas	7	—	Visita a la Finca El Paraíso” para conocer la forma de vida y la cultura tabacalera del campesino local. Visita a la Cueva del Indio, con paseo en bote por su río subterráneo.
Habana-Cayo Largo	Ciudad de la Habana, Pinar del Río, Isla de la Juventud	7	—	Visita a la Finca El Paraíso” para conocer la forma de vida y la cultura tabacalera del campesino local. Visita a la Cueva del Indio, con paseo en bote por su río subterráneo.
Habana-Cayo Coco	Ciudad de la Habana, Pinar del Río, Ciego de Ávila	7	—	Visita a la Finca El Paraíso” para conocer la forma de vida y la cultura tabacalera del campesino local. Visita a la Cueva del Indio, con paseo en bote por su río subterráneo. Excursión al Completo Las Terrazas
Habana-Cayo Santamaría o Ensenachos	Ciudad de la Habana, Pinar del Río, Villa Clara	7	—	Visita a la Finca El Paraíso” para conocer la forma de vida y la cultura tabacalera del campesino local. Visita a la Cueva del Indio, con paseo en bote por su río subterráneo
Ruta del Tabaco	Holguín, Habana. Pinar del Río	8	—	Visita a las Vegas Robaina, para conocer las características del cultivo del mejor tabaco del mundo Visita una casa de tabaco y una de Despalillo. Conversatorio con los productores Conocer sus costumbres. Posibilidad de hacer su propio tabaco
Color Café	La Habana-Pinar del Río, Sancti Spíritus y Villa Clara			Finca “El Paraíso” donde podrá conocer la forma de vida y la cultura tabacalera del campesino local Excursión a Guanayara en Topes de Collantes y a la Casa del Café
VACANCE TRANSAT FRANCE				
Hola Cuba	Ciudad de la Habana, Cienfuegos, Sancti Spíritus, Pinar del Río	7	1014 €/pax”	Visita al Valle de Viñales y la fábrica de Habanos. Visita a la casa del “Vegero
Magie Cubaine (Magia Cubana)	Ciudad de la Habana, Pinar del Río, Cienfuegos, Sancti Spíritus, Matanzas	8	1189 €/pax	Visita al Valle de Viñales Visita a la casa del “Vegero” y a la fábrica de Habanos Visita al Valle de los Ingenios en Trinidad

Hola Cuba & Balnéaires (Balnearios)	Ciudad de la Habana, Cienfuegos, Sancti Spiritus, Pinar del Río, Matanzas	15	1315 €/pax	Visita al Valle de Viñales y la fábrica de Habanos. Visita a la casa del "Vegadero"
Découvertes Cubaines – Clé en main (Descubrimientos cubano-Llave en mano)	Ciudad de la Habana, Pinar del Río, Cienfuegos, Sancti Spiritus	9	1362 €/pax	Visita al Valle de Viñales, plantaciones de café y tabaco . Visita a la fábrica de Habanos
Parfums de Cuba (Perfumes de Cuba)	Ciudad de la Habana, Pinar del Río, Villa Clara, Sancti Spiritus, Matanzas	9	1392 €/pax	Visita al Valle de Viñales y la fábrica de Habanos . Visita a la casa del "Vegadero"
Cuba en Famille (Cuba en Familia)	Ciudad de la Habana, Pinar del Río, Matanzas, Cienfuegos, Sancti Spiritus	9	1532 €/pax	Visita al complejo Las Terrazas. Actividades en la naturaleza Visita a la Ciénaga de Zapata
AVENTOURA CUBAREISEN				
Cuba Activa del Oriente	Holguín, Guantánamo y Santiago de Cuba	15	2 pax – 1044 €/pax 3 a 4 pax-875 €/pax 5 a 6 - 689 €/pax 7 a 9 - 638 €/pax 10 a 12 - 584 €/pax	Trekking en Pinares de Mayarí Visita a la Hacienda La Mensura y al Jardín La Plancha donde se puede observar todo el proceso del Café desde recolección, secado, pilado y degustación . Paseo a caballo. Música tradicional en Baracoa. Sendero al Yunque. Acampada en El Saltón. Cicloturismo
Cuba Oriental	Holguín, Bayamo, Santiago de Cuba y Guantánamo	8	2 – 671€/pax 3 a 4- 523 €/pax 5 a 6- 429 €/pax 7 a 9- 371 €/pax 10 a 12-328 €/pax	Excursión al Yunque y visita al criadero de jutías Paseos en botes Visita a la Hacienda La Mensura Disfrute de un café cubano
TUI				
Best of Cuba (Lo mejor de Cuba)	Holguín, Santiago de Cuba, Bayamo, Camagüey, Sancti Spiritus, Cienfuegos, Villa clara, Ciudad de la Habana, Pinar del Río	13	625 €/pax	Visita a Manaca Iznaga en el Valle de los Ingenios. Excursión a Guanayara Visita a Soroa y el Valle de Viñales. Paseo en botes por la Cueva del Indio.
Authentic Cuba (Auténtica Cuba)	Ciudad de la Habana, Pinar del Río, Villa Clara, Cienfuegos, Sancti Spiritus, Camagüey, Bayamo, Santiago de Cuba, Guantánamo, Holguín	17	8 a 11- 1086 €/pax 12 a 20- 997 €/pax 21 a 30- 987 €/pax 31 a 35- 982 €/pax 35 a 40- 974 €/pax +40- 965 €/pax	Visita al Valle de Viñales Paseo en botes Visita a fábricas de Habanos Visita a la Casa del Café en Topes de Collantes Realización del sendero del cacao en Baracoa
Fly & Drive Authentic Cuba	Matanzas, Ciudad de la Habana, Pinar del	17	1287 €/pax	Actividades en el medio natural Senderismo. Observación del paisaje

with private driver (Auténtica Cuba con chofer privado)	Río, Villa Clara, Cienfuegos, Sancti Spiritus, Camagüey, Holguín, Bayamo, Santiago de Cuba, Guantánamo			Visita al Valle de Viñales
Fly & Drive Best of Cuba (Lo Mejor de Cuba)	Holguín, Santiago de Cuba, Bayamo, Camagüey, Sancti Spiritus, Cienfuegos, Villa Clara, Ciudad de la Habana, Pinar del Río, Matanzas	13	1 pax-980€/pax 2 pax-577 3 pax-548 4 pax-451	Visita al Valle de Viñales Observación del paisaje
Fly & Drive Best of Cuba with private driver (Lo Mejor de Cuba con chofer privado)	Holguín, Santiago de Cuba, Bayamo, Camagüey, Sancti Spiritus, Cienfuegos, Villa Clara, Ciudad de la Habana, Pinar del Río, Matanzas	13	2 a 3 -975 €/pax 4 a 6 -940 €/pax	Visita al PNP Topes de Collantes Visita al Valle de Viñales. Observación del paisaje
REAL TOUR				
Cuba Tradicional Visita a Soroa, al Valle de Viñales y al Complejo Las Terrazas	Ciudad de la Habana, Pinar del Río, Matanzas, Cienfuegos, Sancti Spiritus, Villa Clara	7	6 a 16- 1131 USD	Visita a la casa del Veguero Paseo en bote por la cueva del Indio. Visita a la Torre Iznaga en el Valle de los Ingenios. Viaje a través del Escambray
Cuba Tradicional	Ciudad de La Habana, Pinar del Río, Cienfuegos y Sancti Spiritus	7	1985 USD	Visita a Soroa y al Valla de Viñales
Cuba Linda	Ciudad de La Habana, Pinar del Río, Villa Clara, Cienfuegos y Sancti Spiritus	7	1940 USD	Realiza la ruta del Tabaco con visita a casa del "Veguero" y visita al Valle de Viñales Recorrido a través del Escambray desde Santa Clara a Trinidad y excursión Guanayara
Experiencia en Cuba	Ciudad de La Habana, Pinar del Río, Matanzas, Cienfuegos Villa Clara, y Sancti Spiritus	8	2249 USD	Realiza la ruta del Tabaco con visita la fábrica de Habanos y la casa del "Veguero". Visita al Valle de Viñales. Paseo en bote por la Cueva del Indio. Visita a Soroa y al Complejo Las Terrazas . Visita a plantaciones de café francés y encuentros con pobladores de la comunidad. Visita al criadero de cocodrilos
Hiking Trip (Short) (Viaje de senderismo, corto)	Ciudad de La Habana, Pinar del Río, Villa Clara, Cienfuegos y Sancti Spiritus	8	1812 USD	Recorrido a través del Escambray
Highlights Cuba	Ciudad de La Habana, Pinar del Río, Villa Clara, Cienfuegos, Sancti Spiritus y Santiago de Cuba	9	3151 USD	Recorrido por los campos de tabaco de Viñales Recorrido a través del Escambray
Portrait of an Island	Ciudad de La Habana, Pinar del Río,	12	3908 USD	Recorrido por los campos de tabaco de Viñales Visita a la Ciénaga de

	Matanzas, Sancti Spiritus, Santiago de Cuba, Guantánamo			Zapata y Baracoa
Cocktail Cubano	Ciudad de La Habana, Pinar del Río, Cienfuegos, Sancti Spiritus, Santiago de Cuba y Bayamo	11	—	Recorrido por los campos de tabaco de Viñales
Cuba Grande	Ciudad de La Habana, Pinar del Río, Villa Clara, Sancti Spiritus y Santiago de Cuba	15	—	Visita al Valle de Viñales Recorrido por el Escambray Visita a Baracoa
CUBATUR				
La llave del Caribe	Ciudad de la Habana, Cienfuegos, Sancti Spiritus, Camagüey, Bayamo, Santiago de Cuba y Pinar del Río	9	—	Visita a Manaca Iznaga en el Valle de los Ingenios Visita en tránsito por la Casa del Veguero para conocer plantaciones de tabaco y su proceso
Pasión por Cuba	Santiago de Cuba, Bayamo, Camagüey, Sancti Spiritus, Cienfuegos, Villa Clara, Ciudad de la Habana, Pinar del Río	9	—	Visita a Manaca Iznaga en el Valle de los Ingenios Degustación de frutas de estación Visita al Complejo Las Terrazas, vista a la comunidad rural y a casas de campesinos
Cuba, Sol, Naturaleza y Cultura	Ciudad de la Habana, Pinar del Río, Villa Clara, Sancti Spiritus, Matanzas	7	—	Visita a fábricas de Habanos Visita en tránsito por la Casa del Veguero para conocer plantaciones de tabaco y su proceso. Alojamiento en Topes de Collantes Cabalgatas por Senderos de Montaña, almuerzo campesino
Cuba, mar, Naturaleza e Historia Ciudad de la Habana,	Pinar del Río, Villa Clara, Sancti Spiritus, Cienfuegos,	6	—	Visita a fábricas de Habanos Visita en tránsito por la Casa del Veguero para conocer plantaciones de tabaco y su proceso

Fuente: Elaborado por el autor

Anexo 24 Entrevista semiestructurada dirigida a pobladores

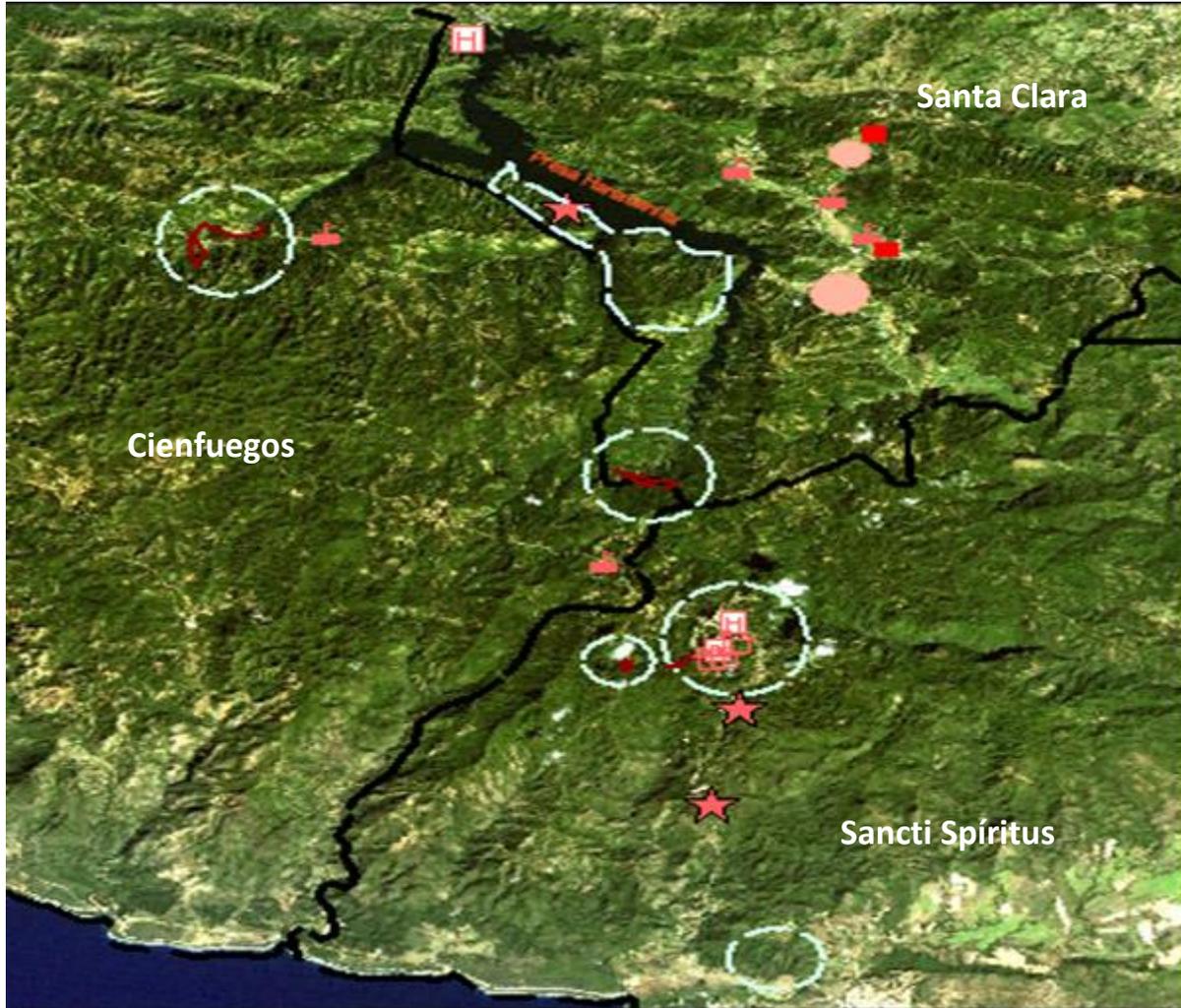
1. Ocupación laboral
2. Años que lleva viviendo en la zona
3. ¿Considera la actividad turística como indispensable para el desarrollo de la zona? --
----Sí -----No
¿Por qué?
4. Los turistas le resultan personas: (Marque con una X)
----gratas
----simpáticas
----indiferentes
----no gratas
----indeseables
5. ¿Considera Ud. que el Macizo Guamuhaya posee mayor atractivo turístico del que se explota actualmente?
-----No
-----Sí. Ejemplifique. -----
6. ¿Considera Ud. que la implementación de una ruta asociada a la producción cafetalera de la zona puede traer grandes beneficios a los pobladores y productores cafetaleros? -----Sí -----No
¿Por qué?

Anexo 25 Listado de pobladores entrevistados

Nombres	Ocupación laboral	Años como poblador
1. Baudilio Naranjo Peña	Ing. Forestal de la Dirección de Protección al Medio	13 años
2. Roberto Giménez	Productor cafetalero	42 años
3. Daniel Pérez	Productor cafetalero	47 años
4. Antonio León	Productor cafetalero	25 años
5. Marta Gutiérrez Lama (esposa de Omar)	Ama de casa	30 años
6. Omar Ramírez	Productor cafetalero	30 años
7. Eduardo Rodríguez(Eddy)	Jardinero del Parque Codina	40 años
8. Orlando Benítez Sotelo	Jefe del Parque Guanayara	45 años
9. Meraldo Iznaga Palacio	Custodio del Sendero La Batata	44 años
10. Jerluis Peraza	Guía local	26 años

Fuente: Elaborado por el autor

Anexo 26 Mapa de identificación de la zona de desarrollo de la ruta



Fuente: MAPINFO. Planificación Física.

LEYENDA:

-  Establecimiento gastronómico
-  Alojamiento
-  Finca cafetalera
-  Sitio de interés cultural
-  Centro vinculado a la producción cafetalera
-  Comunidad
-  Parque natural y Área Protegida
-  Sendero

Anexo 27 Relación entre inventario de recursos- actividades a realizar

Locación	Recurso	Actividades a realizar
<u>La Herradura</u>	Granja Mular	Visitar centro vinculado a la producción cafetalera en el Escambray. Montar a caballo o en mulos de carga.
	Talleres sobre encurtidos	Degustar de la gastronomía autóctona. Intercambio con los pobladores.
	Tejedoras aficionadas	Artesanías y manifestaciones culturales.
	Finca de Mercedes Bernal	Visitar la finca cafetalera. Intercambiar con la productora y su familia. Participar en la siembra y/o despulpado manual del café. Ver flora y fauna autóctonas. Degustar la gastronomía autóctona.
	Finca de Genaro González "Salvaremos el futuro"	Visitar la finca cafetalera. Intercambiar con el productor y su familia. Participar en la siembra y/o despulpado manual del café. Conocer la típica vivienda campesina.
<u>Jibacoa</u>	Finca de Manolito "El Algarrobo"	Visitar la finca cafetalera. Intercambiar con el productor y su familia. Participar en la siembra y/o despulpado manual del café. Bañarse en río. Montar a caballo o en mulos de carga. Ver flora y fauna autóctonas.
	Finca de Braulio Marín "Por el futuro del café"	Visitar la finca cafetalera. Intercambiar con el productor y su familia. Participar en la siembra y/o despulpado manual del café.
	Finca de Marcial Fuentes "El Mamey"	Visitar la finca cafetalera. Intercambiar con el productor y su familia. Participar en la siembra y/o despulpado manual del café.
	Despulpadora Jibacoa	Visitar centro vinculado a la producción cafetalera en el Escambray.
	Estación Experimental Agroforestal Jibacoa	Visitas a centro vinculado a la producción cafetalera en el Escambray.
	Cortina de la Presa Hanabanilla	Ver flora y fauna autóctonas. Paseos en bote.
	Cuevas de Los Chivos Y El Guanajo	Visitar sitios arqueológicos
	<u>Hanabanilla</u>	PNP Hanabanilla
Presas Hanabanilla		Paseos en embarcaciones.
<u>Cumanayagua</u>	Finca Santa Teresa	Visitar sitios arqueológicos.

		<p>Visitar finca cafetalera. Visitar sitio de interés histórico.</p>
	Parque el Nicho	<p>Bañarse en ríos y cascadas Degustar la gastronomía autóctona Recorrer senderos Vistas espectaculares desde miradores</p>
<u>Cuatro Vientos</u>	Finca de Omar Ramírez "La Paloma"	<p>Visitar la finca cafetalera. Intercambiar con los productores y pobladores. Participar en la siembra y/o despulpado manual del café Degustar la gastronomía autóctona.</p>
	Parque Guanayara	<p>Ver flora y fauna autóctonas. Bañarse en ríos y cascadas Degustar la gastronomía autóctona Recorrer senderos Explorar cuevas, grutas o cavernas</p>
<u>Topes de Collantes</u>	Jardín de Variedades de Café	<p>Visitar las fincas cafetaleras</p>
	Casa del Café	<p>Degustar la gastronomía autóctona Artesanías y manifestaciones culturales.</p>
	Plaza de las Mamorias	<p>Visita a museos y sitios de interés histórico Artesanías y manifestaciones culturales.</p>
	Museo de Arte Contemporáneo	<p>Visita a museos y sitios de interés histórico</p>
	Finca de Daniel Pérez "La Cuba"	<p>Visitar las fincas cafetaleras. Intercambiar con los productores y pobladores. Participar en la siembra y/o despulpado manual del café Degustar la gastronomía autóctona</p>
	Casa del artesano Alexei Vera	<p>Artesanías y manifestaciones culturales Degustar la gastronomía autóctona</p>
	Parque Codina	<p>Bañarse en ríos y cascadas Recorrer senderos Vistas espectaculares desde miradores Explorar cuevas, grutas o cavernas Relajarse en un ambiente natural</p>
	Parque Altiplano	<p>Bañarse en ríos y cascadas Recorrer senderos. Ver Flora y fauna autóctonas Vistas espectaculares desde miradores Explorar cuevas, grutas o cavernas Vistas espectaculares desde miradores</p>
Parque El Cubano	<p>Bañarse en ríos y cascadas Recorrer senderos Vistas espectaculares desde miradores Explorar cuevas, grutas o cavernas</p>	

Fuente: Elaborado por el autor.

Anexo 28 Mapa de la ruta del café



Fuente: MAPINFO

Anexo 29 Plan de acciones para el cumplimiento de las estrategias trazadas

Estrategia	Acciones	Responsable	Plazo
Variable Precio			
1-Aplicación de una política de precios diferenciada por segmentos de mercados	Elaborar ficha de costo del producto.	Equipo de diseño	Corto
	Cotizar paquetes independientes y programas especializados en dependencia de cada solicitud de los TTOO.	Agencia de Viajes	Corto
	Establecer tarifas máximas y mínimas por segmento de mercado.	Agencia de Viajes	Corto
	Adoptar una política de márgenes comerciales de los prestatarios para la penetración del mercado.	Equipo de diseño	Corto
2-Aplicación de una política de precios diferenciada de acuerdo a la temporada turística	Establecer precios diferenciados por temporadas según estacionalidad del destino receptor y del emisor.	Equipo de diseño	Corto
	Definir tasas de descuento a TTOO, AAVV y clientes en función a la temporada turística.	Equipo de diseño	Corto
Variable Distribución			
3-Introducción del producto (Ruta del Café) en la cartera de los TTOO y AA.VV que operan en los mercados meta	Realizar presentaciones a TTOO y AAVV, radicados en el país que operan con los mercados meta.	Agencia de Viajes	Corto
	Organizar grupos FAM de los mercados metas.	Agencia de Viajes	Corto
	Presentación del producto en Ferias y Works Shops.	Agencia de viajes	Corto
4-Insertión del producto a los circuitos procedentes del Occidente u Oriente del país que en su recorrido transitan por la zona	Realizar análisis en detalle de los circuitos comercializados por los diferentes TTOO y AAVV que transitan por la zona para lograr su inserción adecuada.	Equipo de Diseño	Corto
	Realizar presentaciones de producto programadas en las AAVV y TTOO seleccionados.	Agencia de Viajes	Corto
Variable Comunicación			
5-Presentación del producto bajo un nombre comercial que refleje su cubanía y autenticidad	Diseñar la imagen del producto.	Equipo de diseño	Corto
	Consultar a las instituciones correspondientes el producto.	Equipo de diseño	Corto
6-Comunicación directa del producto, a través de la presentación en los mercados metas.	Realizar exposiciones del producto a los turistas que visitan el destino Topes de Collantes.	Agencia de Viajes	Corto
	Presentar el producto a los turistas que se alojan en los demás polos turísticos del país.		
7-Promoción del producto mediante la entrega de suvenires relacionados con la	Entregar objetos que identifiquen cada una de las etapas de producción del café por las que se transitará durante la ruta.	Agencia de Viajes	Corto
	Culminar la ruta con la entrega de una taza de café con la identificación del producto.		

tradición del consumo del café en la zona.			
8-Generación de materiales promocionales especializados acorde con la producción y consumo del café en la zona.	Confeccionar materiales de publicidad (folletería, mapas, postales) del producto.	Agencia de Viajes PUBLICITUR	Antes de la operación de la ruta
	Realizar una multimedia interactiva del producto.	Agencia de Viajes	Antes de la operación
9-Obtención del posicionamiento en los mercados metas, como un producto que muestra las tradiciones, costumbres, cultura y forma de vida del campesino cubano.	Realizar presentación del producto en las Convenciones de Turismo.	Agencia de Viajes	Corto
	Insertar en las revistas especializadas de los mercados las ofertas del producto.	Equipo de diseño	Corto
	Mantener una actualización de las ofertas del producto en las Oficinas del MINTUR en el exterior.	Agencia de Viajes	Corto
Estrategias de personal			
10-Concienciación de la población local.	Promover encuentros e intercambios con líderes de opinión dentro de las comunidades involucradas en la Ruta del café.	Direcciones de Consejos Populares	Largo
	Potenciar políticas que propicien el beneficio económico para la comunidad.	Direcciones de Consejos Populares	Largo
11-Selección y preparación a pobladores locales con el fin de que se desempeñen como guías turísticos especializados del producto.	Identificar las diferentes necesidades de capacitación y elaborar un plan de capacitación.	Equipo de Diseño	Corto
	Contratar los servicios de Formatur para la capacitación y calificación del personal necesario	Prestatarios Complejo Topes de Collantes	Corto
Estrategia de Infraestructura			
12-Acondicionamiento y preparación de los establecimientos donde se desarrollan actividades del producto propuesto.	Ambientar y acondicionar los locales para los talleres de elaboración de encurtidos y del café en sus diferentes formas.	Agencia de viajes	Corto
	Habilitar un restaurante de los ya existentes en Jibacoa pertenecientes a propietarios particulares para brindar servicio a los turistas.	Agencia de viajes	Mediano

Fuente: Elaborado por el autor.