

rtir

**UCLV**  
Universidad Central  
"Marta Abreu" de Las Villas



**FCE**  
Facultad de  
Ciencias Económicas

**Departamento Turismo**  
**Carrera Licenciatura en Turismo**

## **TRABAJO DE DIPLOMA**

**Título: Sistema de acciones para promocionar el paisaje cultural  
del centro histórico de Remedios**

Autor: Anabel Mercedes Saez Arzola

Tutor: MSc. PA José Antonio Cebey Sánchez

Santa Clara, Junio, 2019

**UCLV**  
Universidad Central  
"Marta Abreu" de Las Villas



**FCE**  
Facultad de  
Ciencias Económicas

**Departamento de  
Licenciatura en Turismo**

## **DIPLOMA THESIS**

Title: Sistema de acciones para promocionar el paisaje cultural del centro histórico de Remedios

Author: Anabel Mercedes Saez Arzola

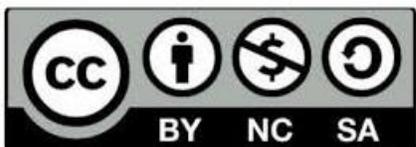
Thesis Director: MSc PA José Antonio Cebey Sánchez

Santa Clara, Junio, 2019

Este documento es Propiedad Patrimonial de la Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas, y se encuentra depositado en los fondos de la Biblioteca Universitaria “Chiqui Gómez Lubian” subordinada a la Dirección de Información Científico Técnica de la mencionada casa de altos estudios.

Se autoriza su utilización bajo la licencia siguiente:

**Atribución- No Comercial- Compartir Igual**



Para cualquier información contacte con:

Dirección de Información Científico Técnica. Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas. Carretera a Camajuaní. Km 5½. Santa Clara. Villa Clara. Cuba. CP. 54 830

Teléfonos.: +53 01 42281503-1419

# *Dedicatoria*

*A mi abuela y mi bisabuela que desafortunadamente no  
pudieron estar conmigo en estos momentos, pero siempre  
estarán de corazón*

# ***Agradecimientos***

*Después de cinco años los que considero los mejores de mi vida (sin comida y sin corriente) los agradecimientos están en orden a todos aquellos que estuvieron, a los que se fueron y a los que llegaron hasta al final de este viaje,*

*En estos cinco años conocí a personas de las cuales me siento extremadamente orgullosa y puedo decir que ha sido un honor ser su amiga*

*Doy gracias*

*A mi mamá, mi papá y mi padrastro por el esfuerzo y el sacrificio de cinco años*

*A mi tía por ser la primera de hablarme de esta carrera*

*A mi tía Eva y a mi prima Laura por su apoyo*

*A mi Noly sin el que definitivamente no estuviera aquí*

*A Milo por enseñarme que la telepatía existe*

*A David por haber sido mi espada en mi noche más oscura*

*A Eliza por ser la mejor persona que he conocido jamás*

*A It por enseñarme que siempre se puede mejorar*

*A Yusi por demostrarme que cuando hay cariño se perdona rápido*

*A Arlety por su constante amabilidad*

*A Nene y a María por su amistad incondicional*

*A Arianni por haber estado conmigo en mi momento más difícil*

*A la Sandelís por ser mi compañera en pie de guerra en estos últimos meses*

*A Dayo a Yery y a Dainier por estar siempre ahí.*

*A mi tutor por su constante apoyo*

*A todos los profesores del departamento por aguantarnos los cinco años*

*A todos mis compañeros de aula y al cuarto 302*

*UN MILLON DE GRACIAS*

# *Resumen*

El presente trabajo de diploma se desarrolla en el centro histórico del municipio de San Juan de los Remedios, con el objetivo prioritario de elaborar un Sistema de Acciones la promoción del paisaje cultural que constituye el objeto de estudio, en función del desarrollo del Turismo Cultural. En este sentido se realizó un diagnóstico a partir del procedimiento de Ricaurte Quijano (2009), y entre las principales técnicas y/o métodos utilizados se encuentran el análisis documental, la observación directa, la entrevista semi-estructurada y la encuesta para la obtención, tratamiento y análisis de la información. Como principales resultados se obtuvieron que el paisaje cultural posee atractivos asociados a: los conjuntos urbanos, la arquitectura, rutas y caminos, eventos, festivales y museo, según la propuesta de clasificación de atractivos turísticos de Guanche (2015), que no se aprovechan adecuadamente, asimismo se constató la carencia de una desintegración de todos los elementos que componen el paisaje cultural.

# *Abstract*

The present diploma work is developed in the historical center of the municipality of San Juan of the Remedies, with the high-priority objective of elaborating a System of Actions the promotion of the cultural landscape that constitutes the study object, in function of the development of the Cultural Tourism. In this sense he/she was carried out a diagnosis starting from the procedure of Ricaurte Quijano (2009), and among the main ones technical and/or used methods are the documental analysis, the direct observation, the semi-structured interview and the survey for the obtaining, treatment and analysis of the information. As main results they were obtained that the the cultural landscape possesses attractiveness associated to: the urban groups, the architecture, routes and roads, events, festivals and museum, according to the proposal of classification of tourist attractiveness of Guanche (2015) that don't take advantage appropriately, also the lack of an integration of all the elements was verified that compose the cultural landscape.

INTRODUCCIÓN -----	16
DESARROLLO -----	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
CAPÍTULO 1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL -----	21
Introducción -----	21
(Rivas, 2009 )-----	22
1.1 Turismo. Definiciones y tendencias -----	22
1.1.1 Tendencias del turismo-----	24
1.2 Turismo cultural. Definiciones-----	24
Clasificación de los atractivos turísticos según Jesús Guanche-----	31
1.3 Patrimonio-----	32
1.4 Paisaje Cultural -----	34
1.5 El diagnóstico turístico. Selección del procedimiento para el diagnóstico del objeto de estudio.-----	36
Conclusiones del Capítulo -----	37
CAPÍTULO 2 APLICACIÓN DEL PROCEDIMIENTO DE DIAGNÓSTICO TURÍSTICO LOCAL PARA EL PAISAJE CULTURAL del CENTRO HISTORICO DE REMEDIOS -----	39
Introducción -----	39
2.1 Descripción del objeto de estudio-----	40
2.2 Análisis y valoración de los resultados obtenidos con la aplicación de los instrumentos de investigación.-----	41
2.2.1 Fase de diseño del diagnóstico -----	42
2.2.2 fase de recolección de la información de campo -----	43
2.2.3 Ficha de caracterización de atractivos y recursos turísticos -----	45
2.2.3 fase de análisis y sistematización de resultados -----	52
Conclusiones -----	54
CAPITULO 3. SISTEMA DE ACCIONES PARA EL DESARROLLO DEL PAISAJE CULTURAL DEL CENTRO HISTÓRICO DEL MUNICIPIO DE REMEDIOS-----	55
Introducción -----	56
3.1 Consideraciones generales sobre los sistemas de acciones-----	56

3.2 Plan de acción para el desarrollo del paisaje cultural en el centro histórico de Remedios-----	58
Acciones encaminadas al desarrollo de las actividades -----	60
Acciones encaminadas a la capacitación del personal-----	62
Acciones encaminadas a la información para el visitante -----	64
3.3 Evaluación por especialistas de la propuesta realizada -----	64
Conclusiones del capítulo -----	68
Conclusiones-----	71
RECOMENDACIONES-----	72
BIBLIOGRAFIA -----	73
ANEXOS -----	78

# ***Introducción***

## INTRODUCCIÓN

El turismo se ha convertido en uno de los principales sectores socioeconómicos del mundo y de los que crecen a mayor velocidad, capaz de generar importantes ingresos al Producto Interno Bruto (PIB) de muchos países y nuevas oportunidades de empleo. De allí que todo desarrollo turístico precise de una adecuada estrategia de desarrollo integrado, porque el turismo está relacionado de forma estructural con la mayoría de los sectores socioeconómicos (Roca, 2011).

Actualmente se alza como una de las principales fuentes generadoras de ganancias alrededor del mundo y es una industria que está en constante movimiento pues nunca de deja de perseguir la excelencia y la perfección en su actividad diaria. Para los países subdesarrollados el turismo constituye de las actividades económicas fundamentales.

Según Vega, (2011) p.7

Uno de los rasgos más significativos del turismo actual es el creciente interés por el patrimonio cultural, contenido esencial de las ciudades y poblaciones. Ello es resultado de múltiples factores, tanto intrínsecos del sector como de su entorno, que han estimulado el crecimiento de diversos segmentos de mercado, desde los más especializados, cuya motivación y experiencias de viaje se centran casi exclusivamente en los valores patrimoniales, hasta el turista que decide viajar a un destino en busca de un clima cálido y de sus playas, pero además desea conocer sobre la cultura del lugar visitado.

Nuestro país se enfrenta hoy ante la visión de una oferta de turismo de sol y playa que carece de elementos únicos y singulares ante las ofertas de similares de las otras regiones del Caribe que cultivan esta misma modalidad turística, lo que sitúa la nación en una perspectiva desacertada en un sector donde la competencia de precios no es una estrategia factible para lograr la preferencia a nivel internacional. Asimismo, absorbe el impacto que genera los cambios en las preferencias de la demanda, ya que el turista persigue experiencias más satisfactorias que las obtenidas con el simple turismo de sol y playa tradicional.

Resulta indispensable entonces, la definición de nuevas vías que aseguren la actividad turística como un sector generador de beneficios. Ello implica dar un salto cualitativo en su oferta, para lo que se reconoce el patrimonio cultural como un recurso diferenciador del destino, generador de nuevos segmentos de mercado de mayor calidad e incluso creador de nuevos valores en el producto de “sol y playa”. El interés por los recursos patrimoniales trasciende la perspectiva académica y alcanza la esfera gubernamental. Las regiones, provincias y municipios muestran interés por el refrendo institucional de los bienes patrimoniales de sus territorios; ello con distintos fines: preservación, concienciación, reclamo turístico, atracción de empresas, generación de empleo, desarrollo territorial (Pérez. S, Fernández. R, Salinas 2015).

El gobierno cubano consiente de la importancia del sector turístico para la economía de la de la nación en los Lineamientos de la política económica y social del partido y la revolución para el período 2016-2021, deja plasmado los fundamentos para el desarrollo del sector, así se reflejan en los Lineamientos del 209 al 216 de la IX Política para el turismo que recogen las principales pautas para regir el turismo tales como la continuidad del crecimiento turístico y la inclusión de las nuevas tecnologías para el desarrollo del sector en la isla, así como el aseguramiento de que las actividades artísticas destinadas al turismo cumplan con las ideas revolucionarias .

Remedios es un municipio localizado en la provincia de Villa Clara , región central de Cuba este fue fundado en 1513 y se le conoce como la octava villa , paisaje cultural del centro histórico de este , que lo compone la plaza José Martí y las zonas aledañas ,es un lugar donde se desarrolla la actividad turística pues presenta varios atractivos los cuales son únicos en Cuba y cuentan valores históricos y culturales no obstante estos atractivos no presentan una integración entre ellos pues no existe una comunicación entre la entidades rectoras del turismo del destino.

Entonces si este se puede considerar la anterior **situación problemática** el **problema científico** de la investigación sería ¿Cómo aprovechar las

potencialidades del paisaje cultural del centro histórico de Remedios para promocionar el desarrollo del turismo cultural en el municipio?

Para dar solución al problema científico se formuló la siguiente **hipótesis de la investigación** Si, se elabora un sistema de acciones para la promoción del paisaje cultural del centro histórico de Remedios donde figuran atractivos del tipo atracciones socioculturales, asociadas a las figuras públicas, basadas en las artes del espectáculo ,galerías ,casas señoriales en la ciudad o en el medio rural, religiosas , ciudades y conjuntos urbanos entonces se puede promocionar las potencialidades de este espacio para el desarrollo del turismo cultural.

**Entonces el Objetivo General** sería: Elaborar un sistema de acciones para la promoción del paisaje cultural como atractivo turístico en la Ciudad de San Juan de los Remedios, mientras que los **Objetivos Específicos son** los siguientes:

1. Elaborar los fundamentos teóricos metodológicos en los que se sustenta el paisaje cultural del centro histórico de la Ciudad San Juan de los Remedios como un atractivo turístico.
2. Diagnosticar el estado actual del paisaje cultural del centro histórico de la Ciudad de San Juan de los Remedios como atractivo turístico.
3. Diseñar un sistema de acciones para la promoción del paisaje cultural del centro histórico de la Ciudad de San Juan de los Remedios como atractivo turístico.
4. Validar el sistema de acciones de la propuesta realizada a través del criterio de varios especialistas.

**Los Métodos e Instrumentos de Investigación estarán delimitados en dos categorías**

**Del Nivel Teórico.**

- Análisis-Síntesis: para la disertación de estudios anteriores, documentos y toda la bibliografía analizada en general
- Inductivo-Deductivo: utilizado en la concepción y aplicación de las técnicas

- Investigativas, en lo relacionado a su funcionalidad con vistas a la obtención de resultados significativos y reales.
- Histórico´-Lógico: con el fin de indagar, conocer y desarrollar el problema de investigación, así como el tratamiento del tema hasta la etapa presente.

### Del Nivel Empírico

- Entrevista: a realizar a las personalidades representativas de las instituciones que rigen el sector turístico en el municipio y la región
- Encuestas: a realizar a las personas representativas del sector en la región, así como alas visitantes
- Criterio de especialistas: la evaluación de la propuesta realizada por especialistas

Observación directa: mediante el escrutinio al lugar de investigación

Se considera que la investigación realizada posee valores metodológicos, prácticos y sociales fundamentados en lo siguiente:

- El **valor metodológico** se presenta en la posibilidad de integrar conceptos y herramientas en el logro de un orden lógico de los pasos necesarios para llevar a cabo el diseño de este plan de acción, aportando un nuevo acercamiento al desarrollo del turismo en la región.
- El **valor práctico** radica en que la implementación de estas acciones en la comercialización del centro histórico de remedios como atractivo turístico resultaría en un alza del número de visitantes
- El **valor social** está en su contribución a la obtención de mejores resultados para el municipio objeto de estudio, el sector y el país, con el igual aporte a la sociedad.
- La **viabilidad** de la presente investigación está dada por el hecho de que se contó con el apoyo de todas las instituciones implicadas con todos los recursos necesarios para la realización de la misma.

La investigación se desarrolla mediante una estructura lógica compuesta por: resumen, índice, introducción, tres capítulos, conclusiones,

recomendaciones, bibliografía (según Norma APA, 6ta Edición) y los anexos pertinentes. El primer capítulo se centra en las principales consideraciones teóricas que sustentan la investigación. El segundo se dedica a la descripción del procedimiento diagnóstico a utilizar, así como los resultados de la aplicación. En el tercer capítulo, se propone un sistema de acciones enfocado al mejoramiento de la promoción del paisaje cultural del centro histórico de Remedios, y se muestra la valoración realizada por los especialistas.

**CAPÍTULO 1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL  
SOBRE EL TURISMO CULTURAL, EL PATRIMONIO  
Y EL PAISAJE CULTURAL**

# Introducción

La investigación bibliográfica constituye una necesaria primera etapa de todas las investigaciones, puesto que ésta proporciona el conocimiento de las investigaciones ya existentes, teorías, hipótesis, experimentos, resultados, instrumentos y técnicas usadas acerca del tema o problema que el investigador se propone investigar o resolver (Rivas, 2009).

La revisión bibliográfica de esta investigación será al respecto de los conceptos de turismo, turismo cultural patrimonio y paisaje cultural, asimismo se realizará una revisión de los principales procedimientos de diagnóstico referentes al tema (ver Anexo 1)

## 1.1 Turismo. Definiciones y tendencias

El turismo es una actividad compleja que ha llevado a que los principales estudiosos aporten definiciones que lo abarquen como tal. Es multidisciplinario ya que incluye elementos de un gran número de ramas como las relacionadas con la economía, la sociedad, la geografía, incluso la política (Segura ,2016).

A partir de los años cincuenta, el turismo ha contribuido de manera importante al desarrollo económico de los países a nivel mundial. Favorecido por el florecimiento económico posbélico, la modernización de los medios de transporte y de las comunicaciones en general, el sector turístico ha pasado a ser uno de los de mayor crecimiento en gran cantidad de países, en particular, en vías de desarrollo (Suárez ,2014).

En la actualidad, el turismo se configura como una esfera fundamental de la economía, tanto de países desarrollados como de aquellos en vías de desarrollo, generando importantes volúmenes de ingresos y contribuyendo al desarrollo de otros sectores de la economía (Korstanje, 2015). Sus impactos, así como las previsiones futuras de su desarrollo a nivel mundial constituyen elementos indisolubles del desarrollo social y cultural de la humanidad (Sharpley, & Tefer, 2014).

Varios han dado los autores que han brindado conceptos al fenómeno del turismo coincidiendo en que este necesita un desplazamiento del lugar de residencia habitual, la búsqueda del ocio y la recreación sin fines de lucro como son los siguientes:

“(...) es todo desplazamiento temporal determinado por causas ajenas al lucro; el conjunto de bienes, servicios y organización que lo determinan y hacen posible” (De Arrillaga, 1955).

“(...) fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, por motivos diferentes se trasladan de su lugar de residencia habitual, generando múltiples interrelaciones de importancia social, económica y cultural (...)” (De la Torre, 1997).

Otros ven el turismo como algo mas como la sinergia de os elementos inherentes al ser humano siendo vía de comunicación y autorización del mismo tal es en caso de Martin, (2010) el cual se considera el más acertado a los propósitos de la investigación pues plantea la interacción de elementos sociales, económicos culturales y ambientales con el visitante, los gobiernos y las entidades vinculadas al turismo en el lugar:

*“el conjunto de fenómenos y relaciones económicas, psico - sociológicas-culturales y medioambientales que se generan entre los viajeros y las entidades vinculadas a los viajes desde el lugar emisor, las entidades proveedoras de servicios y productos en el lugar de destino, los gobiernos de los lugares emisores y receptores, así como las comunidades locales de acogida, con motivo del viaje y estancia de visitantes temporales en un destino diferente a su lugar de residencia habitual.” (Martín ,2010)*

### **1.1.1 Tendencias del turismo**

El turismo es un fenómeno que es en extremo susceptible a los cambios ocurridos en el entorno global y está constantemente reinventándose a sí mismo por lo que las tendencias en el mismo varían a medida que el entorno cambia según Gámez,(2016) entre las nuevas tendencias se encuentran la desconcentración espacial y temporal del turismo, la irrupción del uso de la tecnología para favorecer una personalización de los servicios que impacten la experiencia turística, y a la par vuelvan competitivos los servicios y destinos. Por otro lado, las prácticas turísticas han dado lugar, y son resultado, a procesos de cambio político y que cuestionan las visiones tradicionales sobre el uso de los recursos para el turismo. Esto opera no sólo en las sociedades emisoras, por la búsqueda de experiencias únicas en un entorno natural/cultural diferente o el sentido de responsabilidad social que anima a algunos de sus miembros, también ocurre en las comunidades receptoras, donde el reto es que las actividades turísticas efectivamente favorezcan su desarrollo en la dimensión más amplia del término.

### **1.2 Turismo cultural. Definiciones**

El turismo cultural se ha visto obligado a una continua revisión, en un camino lleno de encuentros y desencuentros teóricos y conceptuales, además de administrativos y políticos (Morère y Perelló,2013, p. 9) por lo que son varios las definiciones que los diferentes autores ha brindado

(...) “Aquel viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico” (...) (Secretaría de Turismo de México, 2001).

(...) “El turismo cultural es aquel basado en las atracciones culturales que posee el destino ya sean permanentes o temporales tales como museos, actuaciones teatrales o musicales orquestas y etc. o basado en las características culturales y- o sociales de una población que dispone de un estilo tradicional de vida o de unas características propias” (...) OMT

(...) “El turismo cultural se define como aquellos viajes que se realizan con el objetivo de conocer la historia, las costumbres y las tradiciones del destino, a través de sus manifestaciones culturales y de la visita, lo que permite el enriquecimiento cultural del viajero” (...) (Olmos y García, 2011)

(...) “ los movimientos de personas hacia atractivos culturales con el objetivo de adquirir nueva información, para satisfacer sus necesidades culturales y generar conocimientos, experiencias y encuentros de diversa índole” (...) (OMT ,2005)

(...) “Se le llama turismo cultural a los viajes que realizan con el fin de disfrutar y conocer aquellos lugares donde el arte y la cultura se manifiestan notoriamente por encima de otros recursos (...) quien viaja por motivaciones culturales tiene el interés de conocer, disfrutar o estudiar rasgos específicos o combinados de un pueblo, país o región en especial” (...) (Quesada, 2009, p.96).

(...) es aquel que se caracteriza por el deseo de conocer y comprender las obras, los objetos y las expresiones artísticas, culturales y sociales de un destino, incluyendo la población local con la que se entra en contacto (...) (Villacís-Mejía 2015)

Estos conceptos presentan una dificultad para su acotación terminológica, pues «definir turismo cultural supone poder acotar todas las relaciones entre turismo y cultural, por tanto, es difícil aceptar, si se pretende un mayor acercamiento entre ambos ámbitos, un concepto que pueda abarcar el todo de esta relación» (Moragues, 2008, p. 30).El concepto más apropiados a los fines de la investigación es el de la OMT pues plantea que el motivo de viaje para desarrollar el turismo cultural es el interés por las atracciones culturales que posee el destino ,como

museos, actuaciones teatrales o musicales, orquestas y etc. o basado en las características culturales y/o sociales de una población.

La Organización Mundial del Turismo considera que el turismo cultural es uno de los fenómenos más importantes y diversos del turismo contemporáneo, el cual ha demostrado estar abierto a un proceso continuo de innovación y creación de nuevos productos, en respuesta a la demanda de nuevas experiencias turísticas y a la evolución del conocimiento en materia de gestión cultural(OMT ,2014) ,este es un instrumento de transformación social que permite el progreso y desarrollo del país a partir de sus tradiciones, garantizando la permanencia de los valores y la identidad, que proporcionarán no solo un beneficio económico para la comunidad, a través de la generación de empleo, sino también la sostenibilidad del patrimonio.

En la actualidad, se tiende a considerar el Turismo Cultural como un objeto de producción y de consumo, siendo ya común su análisis desde la demanda, el marketing, como imagen y marca de un destino y así, estamos empezando a vivir una cierta masificación de la cultura e incluso del patrimonio, cuando en el imaginario de turistas y visitantes el Turismo Cultural es sinónimo de una práctica minoritaria y excelsa por su vinculación con el patrimonio y las artes, y se rodea de una aureola de calidad y de educación, frente al mero entretenimiento y ocio.

Por ello, estamos asistiendo a la parcelación del Turismo Cultural, a su segmentación en función de las distintas demandas de los viajeros, de sus motivaciones como consumidores y según los atractivos y destinos. Desde el enfoque territorial, apoyo y fundamento del turismo, se ha querido ver en el Turismo Cultural una oportunidad de desarrollo económico y social a través de la puesta en marcha de acciones sobre el patrimonio, conservación e interpretación, y sobre otros atractivos culturales con quienes tiene que compartir también formas más intangibles como la creatividad y la experiencia, prácticas que están creando multitud de dinámicas (Morère,2017)

El turismo cultural permite acercarse a las historias de los lugares, comprender las prácticas culturales, sorprenderse con los valores morales de un grupo, sentirse

extraño e incluso incómodo, desarrollando actividades que no son comerciales o visitando lugares que no son famosos, este es el espacio como pretexto para acercarse al mundo (Zambrano y García ,2017).

El mismo es un elemento que brinda la posibilidad a las comunidades receptoras desarrollar procesos de estimulación en la revalorización, afirmación y recuperación de elementos culturales que caracterizan e identifican a cada comunidad ante un mundo globalizado. Posibilitando escenarios de desarrollo local y regional cuando exige de los anfitriones el desarrollo de una serie de procesos para recibir a los visitantes (Toselli ,2006, p. 126).

Otras versiones, un poco más radicales, ven el turismo cultural como un proceso de reconocimiento de los elementos tradicionales de un pueblo para su posterior mercantilización (Villa, 2015), en dicho caso no tendría el turismo cultural otra función que la de suplir los deseos consumistas de quien busca un producto de consumo. Otras perspectivas asociadas a la reflexión de la utilidad del turismo se refieren al disfrute de una experiencia del ocio, hay aquí implícitas intencionalidades más allá de los escenarios educativos que tienen que ver con el simple divertimento difieren Orduna y Urpí (2010), quienes plantean que el turista está en constante búsqueda del aprovechamiento del ocio creativo, esto se da según estos investigadores cuando el turista tiene una actitud abierta y una disposición participativa de quienes:

*“Acuden al encuentro con la cultura como algo vivo y busca entusiasmarse en el descubrimiento y el diálogo con ella, favorece un tipo de ocio creativo. Desde una perspectiva pedagógica, se pueden promover condiciones favorables para que el turista no se sitúe pasivamente frente al bien cultural como mero receptor de información, sino que, más bien, se acerque con la curiosidad y la motivación que le conducen a interesarse y a dialogar con la realidad cultural que visita, de modo que pueda disfrutar del turismo cultural como una experiencia de ocio que es, a la vez, satisfactoria y formativa. ” (Orduna y Urpí, 2010).*

El Turismo Cultural se puede considerar, por lo tanto, como un sinónimo de variedad de productos, con diferentes modalidades, que genera dinámicas y sinergias que

interrelacionan lo cultural y lo social con lo territorial, pero también, en términos económicos, como un indicador de ingresos elevados por día de estancia. Los destinos han ido buscando nuevas políticas, modelos de gobernanza y una integración pública-privada. Por su parte, la sociedad local se ha ido implicando en estos procesos patrimoniales y culturales. Han surgido nuevas prácticas y una sociedad más dinámica e involucrada en su propia identidad. En ese sentido, la determinación de una empleabilidad común al turismo y a la cultura puede empezar a marcar los cimientos sociales y económicos del Turismo Cultural, asociando diferentes campos profesionales y cohesionando un sector social del Turismo Cultural (Morère ,2017)

### **1.2.1 Perfil del turista cultural**

Los turistas culturales no constituyen un grupo homogéneo, y su grado de interés e intensidad en el consumo de productos culturales varía de forma significativa (Stylianou-Lambert, 2010). Dolnicar (2002), citado en Pulido, de la Calle y Velasco (2013, p.48), afirma que: “Los estudios dedicados a la descripción y comprensión de la demanda de turismo cultural apenas suponen un cinco por ciento del total”.

Una revisión a las aportaciones más recientes de los estudiosos del tema, constatan que la mayor parte de las investigaciones focalizan su interés en el análisis de aspectos muy puntuales del comportamiento, motivaciones y experiencias de la demanda en destinos concretos, quizás, por la inexistencia de un perfil único del turista cultural.

Cluzeau (2000), identifica tres tipos de turistas culturales, en función de su grado de interés: monomaniáticos, bulímicos y ocasionales, mientras que Greffe (2002), establece: especialistas, motivados y ocasionales.

No obstante, la tipología propuesta por McKersher y Du Cros (2002), es un referente esencial que consiente totalizar dos criterios fundamentales para la caracterización de los turistas culturales: las principales razones del viaje (motivaciones) y el nivel de las experiencias vividas en el destino. A menor motivación cultural en la selección del destino, mayor profundidad e importancia de la experiencia a la hora de visitar una atracción cultural, convirtiéndose el conocimiento en un valor añadido. Los siguientes

- Turista cultural completo: cuyo motivo principal es la cultura y es lo que le mueve al destino buscando una experiencia cultural en profundidad.
- Turista cultural visitante: su motivo principal es el turismo cultural para visitar el sitio, pero busca una experiencia menos profunda.
- Turista cultural descubridor: es un turista que no viaja por motivos culturales pero que acaba teniendo una experiencia cultural, algunas veces profunda.
- Turista cultural casual: es el turista que no tiene como motivo principal las actividades culturales, pero que incluye alguna actividad cultural del destino en su viaje.
- Turista cultural accidental: es el turista que no tiene como motivo principal el motivo cultural pero que accidentalmente participa en alguna actividad. (McKersher y Du Cros, 2002 citado en Caro, Luque y Zayas, 2015, pp. 933-934)

En consecuencia, otros autores expresan que clasificar a los turistas en categorías no es lo más acertado. Como sostiene Edensor (2001), citado en Pulido, de la Calle y Velasco 2013, p.56), “Las tipologías pueden identificar generalidades, pero deben concebirse solo para describir prácticas turísticas y no personas, en otras palabras, roles y no categorías sociales”.

Un ejemplo que materializa la anterior afirmación, es la tipología elaborada por Smith (2013), que distingue entre diferentes perfiles de turista cultural, pero no como tipos de personas diferentes, sino más bien como tipos de roles distintos, que los turistas (incluso un mismo turista) pueden asumir en diferentes momentos de un viaje, como se presenta a continuación:

- a) el turista “anticuario” y/o buscador de patrimonio: está particularmente interesado por el pasado, la arqueología y la historia. Le gusta visitar museos, sitios arqueológicos y/o patrimoniales, así como también edificios e iglesias con arquitectura distintiva que puede ser de diferentes épocas.
- b) el turista diletante o estético: disfruta del arte en general, por lo que visita galerías, aunque también asiste al teatro, a conciertos musicales, entre otros.

- c) el turista urbano: como los anteriores, visita ciudades históricas, ciudades industriales, atracciones de arte y patrimonio. Le gusta ir de compras a shoppings y disfruta la vida nocturna.
- d) el turista explorador y/o aventurero: es el que combina sus intereses culturales con las actividades al aire libre. Le gusta recorrer ciudades y localidades caminando o en bicicleta, disfruta de hacer trekking (excursionismo), hiking (senderismo) y por supuesto, le gusta recorrer los destinos “mochileando”.
- e) el turista rural: comparte algunas características del perfil anterior: le gusta visitar pueblos; localidades pequeñas y granjas; eco-museos; paisajes culturales; parques nacionales y rutas enológicas.
- f) el turista cultural indígena: visita centros culturales y comunidades indígenas u originarias. Busca conocer las artes, artesanía, gastronomía y prácticas propias de estas comunidades, así como sus fiestas locales y actividades culturales.
- g) el turista peregrino o en búsqueda espiritual: le gusta visitar destinos vinculados a experiencias de espiritualidad, iluminación o trascendencia: lugares de peregrinación religiosa, destinos asociados a religiones o cultos no occidentales o asociados a ritos de pueblos originarios.
- h) el turista de festivales: es aquel que participa, según sus intereses, en diversos festivales que se realizan en diversos destinos del mundo.
- i) el turista literario: al que le atraen las casas de escritores, o los paisajes que inspiraron sus obras favoritas. Variantes de este tipo de turista están dadas por el cine (turistas que visitan locaciones de realizaciones cinematográficas o televisivas) o la música (turistas que visitan lugares asociados a sus bandas o músicos favoritos).
- j) el turista epicúreo: disfruta especialmente de la gastronomía, la cocina gourmet y las especialidades locales. Aquí caben los aficionados al vino o a otras bebidas, los buscadores de restaurantes, “picadas” y bares.

k) el turista creativo: le interesa aprender nuevas habilidades en sus viajes.

Toma clases del idioma local, aprende a preparar platos típicos, participa en talleres de fotografía, artesanía, pintura, cerámica, telar, bailes locales, etc.

En cualquier caso, existen rasgos característicos en los turistas culturales, tal como recogen diversos estudios (La Asociación Europea para la Educación en Turismo y en Ocio [ATLAS], 1997; Richards, 2001): poseer un alto poder adquisitivo y nivel académico, estar ávidos de conocimientos no científicos sino basados en objetivos, y dispuestos a comprender, percibir y experimentar en profundidad el significado de los elementos mostrados, con el fin de buscar el enriquecimiento personal, la novedad y una identificación con las poblaciones autóctonas (Stebbins, 1996). Se trata, además, de un público más respetuoso con el entorno y las gentes que lo habitan, cualidad que da a este segmento un crecimiento sostenido (García y Moreno, 2017).

### 1.2.2 Clasificación de los atractivos turísticos según Jesús Guanche (2015)

- **Atracciones vinculadas a los transportes** incluye terminales y museos de los transportes, canales, construcción naval, fábricas de aviones y coches.
- **Atracciones socioculturales** como museos de la historia social, museos del traje, de los niños, de la vida cotidiana, de las bromas.
- **Atracciones asociadas a las figuras públicas** como locales asociados a los escritores, a los pintores, a los políticos, entre otros.
- **Atracciones basadas en las artes del espectáculo** incluye teatros, teatro de la calle, *workshops* de artes y espectáculo, circos.
- **Jardines**, abarca los jardines históricos y los ornamentales.
- **Galerías**, especialmente las galerías de arte.
- **Festivales y cortejos históricos** como mercados históricos, festivales que recrean épocas del pasado, representaciones de actividades rurales del pasado.
- **Casas señoriales en la ciudad o en el medio rural.**

- **Atracciones religiosas** como catedrales, iglesias, abadías, monasterios, mezquitas, templos budistas, sinagogas, casas-templos, ceremonias.
- **Atracciones militares** como fuertes, castillos, campos de batalla, campos de prisioneros y museos militares.
- **Sitios de genocidio** asociados al exterminio de grupos étnicos o de masacres de la población civil.
- **Ciudades y conjuntos urbanos**, principalmente las ciudades históricas y los conjuntos urbanos relevantes, arquitectura vernácula de realce.
- **Balnearios y paisajes marítimos**, especialmente las estancias del pasado.
- **Campos deportivos tradicionales** y sus actividades competitivas.
- **Parques temáticos**, con exclusión de los parques dedicados a la distracción.

### 1.3 Patrimonio

El patrimonio fue una de las primeras áreas culturales a las que se reconoció un potencial económico. En los centros históricos de las ciudades, la reutilización de monumentos debidamente recuperados en edificios públicos, a menudo como museos, podía tener una buena relación coste-beneficio, además de ayudar a la reanimación económica de los viejos barrios de las ciudades, generando ingresos y empleos.

El patrimonio podría, por tanto, definirse como la memoria viva de la cultura de un pueblo. Comprende el patrimonio natural y cultural, tangible e intangible, y su contenido integra, además del patrimonio monumental y museístico, otros elementos, como las lenguas y la tradición oral, las formas de expresión de las culturas populares y tradicionales, el “saber hacer”, la artesanía, el patrimonio industrial y, en el campo del patrimonio natural, los sitios y la diversidad biológica.

Según ICOMOS (2003), el patrimonio es un conjunto de elementos heredados y actuales, particulares y universales, tangibles e intangibles. En términos generales, se suele definir al patrimonio como un conjunto de bienes o elementos naturales, culturales, materiales e inmateriales que son portadores de la identidad de la sociedad donde está inserto (Velasco, 2009).

El patrimonio también es un elemento representativo de la cultura y la identidad, al ser producto de un proceso social de selección definido por valores, demandas e intereses contemporáneos por parte de los miembros de una comunidad o grupo social y en correspondencia con sus propios intereses (Zambrano y García ,2017). El patrimonio también registra y expresa procesos largos de evolución histórica, constituyendo la esencia de diversas entidades nacionales, regionales, locales, indígenas y gran parte de la vida moderna(ICOMOS,1999).

Podemos ver el patrimonio como esencia de la identidad, como un legado que viene del pasado y que las generaciones reciben y transmiten a las siguientes. Por otra parte, existen autores que no se limitan a relacionar el patrimonio con el pasado, sino que lo vinculan de manera directa al presente de dos maneras: primero, argumentando que el patrimonio no es solo aquello que se recibe del pasado y que se conserva por su valor intrínseco, sino que se vive en el presente y se busca que sea aprovechado por las generaciones futuras (Cornero y Pérez, 2002). Segundo, el patrimonio no solo es un elemento que se hereda del pasado, sino que es sujeto de modificación en el transcurso del tiempo (Salemme, 1999; De la Rosa, 2003).

Muchos autores conciben el patrimonio como evidencia y síntesis de la identidad y la cultura (Troncoso Y Almiron, 2005). El pasado desempeñará siempre el rol principal, puesto que nos dice cuál es el patrimonio que tenemos y nos asegura su presencia y permanencia en el tiempo. Esta contextualización lleva a que el patrimonio se considere como un elemento que permite relacionar a las distintas generaciones mediante la conexión del pasado y el futuro, al tiempo que forma parte de nuestro presente.

En la presente investigación solo se tuvo en cuenta el patrimonio cultural. Este fue definido por la UNESCO (2005) como un legado de monumentos y sitios de gran riqueza natural y cultural que pertenece a una sociedad, y que debe ser cuidado, protegido y conservado por su gran valor. En este sentido, Cuenca (2013) señaló

que el estudio del patrimonio es de vital importancia para conocer el pasado y definir la identidad cultural de un pueblo El patrimonio cultural involucra varios aspectos tangibles e intangibles de la cultura. Por ello, los bienes y servicios culturales, así como el patrimonio cultural, pueden ser visibilizados a través del turismo.

El secretario general de la OMT, Taleb Rifai, en 2015 señaló: El patrimonio cultural cuenta la historia de la humanidad, cuenta nuestra historia. Si se gestiona adecuadamente, el turismo puede proteger y revitalizar este patrimonio, generar nuevas oportunidades para las comunidades locales, y fomentar la tolerancia y el respeto entre pueblos y naciones.

El patrimonio cultural es el conjunto de bienes, materiales e inmateriales, que son identificados por una sociedad concreta como portadores de valores culturales propios de la comunidad. Son bienes tangibles e intangibles que tienen un alto contenido simbólico, lo que les hace merecedores de una especial protección no sólo relacionada con su conservación sino también con el uso que se pueda hacer de ellos (Juan-Tresseras, 2001, Hernández, 2002).

#### **1.4 Paisaje Cultural**

La identificación, conocimiento y activación de los bienes patrimoniales con que cuentan los territorios constituye un tema recurrente en investigaciones y políticas gubernamentales. El patrimonio concreto en el espacio la herencia recibida y expresa la idiosincrasia cultural de una comunidad (Castillo, 2009)

Su conocimiento refuerza la autoestima de las comunidades locales y esto redundará en beneficio de su preservación y de una mayor sostenibilidad general del orden territorial (Ojeda ,(2013). Los bienes culturales son recursos específicos y no deslocalizables: están anclados en los territorios(Alonso,2014) y en el actual contexto de globalización socioeconómica y de estandarización cultural, se considera que su movilización favorece el dinamismo social, económico y cultural, contribuyendo además a la generación de empleo. La ampliación en el entendimiento conceptual y territorial del patrimonio durante los últimos años se

acompaña de una revisión profunda de lo que se entiende por paisaje (Galimberti, 2013.)

La relación entre paisaje y patrimonio carece de trayectoria; al contrario, y aunque cuenta con otros precedentes, adquiere gran relevancia desde los años ochenta, en los que el trinomio territorio, paisaje y patrimonio se convierte en objeto de debate (Maderuelo ,2010). Al investigar los aspectos que denotan el paisaje a través de su materialidad y aquellos otros que lo connotan por sus valores intangibles y simbólicos, el patrimonio se convierte en un argumento clave para conocer la dimensión cultural del territorio, “El paisaje es patrimonio de todos los ciudadanos” una frase que expresa con claridad cómo su entendimiento pasa por la apropiación socio-identitaria por parte de las comunidades que lo viven y lo sienten (Nogué, 2010). Por otro lado, el patrimonio y el paisaje se convierten en bienes básicos para la gestión sostenible de los recursos locales y para el desarrollo de los territorios (Observatorio de la Sostenibilidad en España, 2008).

Los paisajes culturales son según la UNESCO (2013) lugares que combinan el trabajo de la naturaleza y el ser humano, y que son ilustrativos de la evolución de la sociedad humana y del uso del espacio a lo largo del tiempo, bajo la influencia de limitaciones físicas y/o oportunidades presentadas por el medio natural y de sucesivas fuerzas sociales, económicas y culturales.

El paisaje cultural es el resultado del desarrollo de actividades humanas en un territorio concreto. Sus componentes son: sustrato natural, acción humana y actividad desarrollada. Se trata de una realidad compleja, integrada por componentes naturales y culturales, tangibles e intangibles, cuya combinación configura, según la Convención del Patrimonio Mundial Cultural y Natural (1972) de la UNESCO, diferentes tipos -ajardinado, vestigio, activo, asociativo-, que pueden ser urbanos, rurales, arqueológicos o industriales.

### **1.5 El diagnóstico turístico. Selección del procedimiento para el diagnóstico del objeto de estudio.**

Según Ricaurte,(2009) al diagnóstico se lo conoce como línea base o estado de situación actual y lo que busca específicamente es definir la situación del destino turístico en el presente, es decir, antes de que se ejecute la planificación, el cual sirve para tres propósitos muy concretos:

1. Definir la situación actual del turismo en un espacio territorial determinado con sus oportunidades y limitaciones.
2. Fundamentar las soluciones, la toma de decisiones, propuestas y estrategias de desarrollo con datos cuantitativos y cualitativos actualizados.
3. Establecer una línea base que sirva para comparar la diferencia entre la situación del turismo antes y los resultados obtenidos después de la aplicación de acciones o estrategias de planificación turística.

En orden de evaluar la actividad turística desarrollada en el Centro Histórico de Remedios se realizó un análisis de los diferentes procedimientos de diagnóstico afines al tema , fueron analizados los procedimientos de Moya(2011),Ricaurte (2009) y Carbajal(2008).En el caso del presente estudio se ha realizado el análisis de un grupo de procedimientos de diagnóstico con enfoques culturales, dirigidos a resolver los problemas en el desarrollo de las actividades dirigidas a posicionar el destino,

En el análisis de tales procedimientos (Anexo 2) se valoran los elementos más significativos de cada uno de ellos, a la vez que se determina el procedimiento seleccionado como guía para el desarrollo del presente trabajo. Las conclusiones de tal análisis demuestran que los elementos más significativos, debido a que ocupan el 100 % de representatividad en todos los procedimientos, son: Revisión de documentos, Planificación del trabajo de campo, Recolección de información de campo, Caracterización de la demanda, Caracterización de atractivos y recursos turísticos, Una vez identificados los elementos más coincidentes, se selecciona el procedimiento de Manual para Diagnóstico Turístico Local de Carla Ricaurte

Quijano presentado en el 2009, el cual ocupa el mayor porcentaje de representatividad en el análisis con un 91 %.

### **Conclusiones del Capitulo**

1. El turismo actual se encuentra en constante cambio debido al entorno mundial y el turismo cultural representa una de las modalidades más fiables del momento.
2. El turismo cultural debe ser tratado como una forma de veneración a la cultura mundial, buscando su permanencia y su protección no como un negocio lucrativo explotando los atractivos culturales.
3. El patrimonio mundial nacional es una muestra de historia viva legada por nuestros mayores así que la preservación del mismo contribuirá a la permanencia de la misma y el desarrollo de la sociedad.
4. El procedimiento de diagnóstico escogido es el más acertado a la investigación pues te permite ajustar la investigación a un estudio específico dándote la posibilidad de modificar el manual a conciencia según las características propias de la investigación.



**CAPÍTULO 2: APLICACIÓN DEL PROCEDIMIENTO  
DE DIAGNÓSTICO TURÍSTICO LOCAL PARA EL  
PAISAJE CULTURAL DEL CENTRO HISTORICO DE  
REMEDIOS**

## **Introducción**

El diagnóstico es un método que consiente analizar y conocer elementos significativos de la realidad de un tema específico con el propósito de descubrir problemas ,carencias o deficiencias con el fin de crear soluciones o tomar decisiones entre varios de aspectos referentes al tema, para lo cual se apoya en diversos instrumentos o herramientas metodológicos, utilizados en las distintas fases o momentos del procedimiento mediante la recolección de información a través de la observación sistemática y directa , las entrevistas , las encuestas y técnicas grupales de reunión a los especialistas en las temáticas interesadas en la investigación.

La aplicación de un diagnóstico metodológicamente fundamentado y adecuado a las necesidades del desarrollo local para el paisaje cultural del centro histórico de Remedios permite definir las potencialidades del mismo, por tanto en el presente capítulo se hace necesaria la caracterización de la plaza como escenario de investigación, precedido por el análisis y aplicación del procedimiento de diagnóstico seleccionado, el cual se propone determinar el inventario de recursos y detectar las principales problemáticas que afectar el desarrollo de la actividad turística.

### **2.1 Descripción del objeto de estudio**

Jamás hubiera imaginado vasco Porcallo de Figueroa, que 502 años después de la fundación de la villa de San Juan de los Remedios mostraría la longeva ciudad una imagen rejuvenecida y bella a sus visitantes.

La urbe es una de las fundaciones del siglo XVI realizadas en Cuba por los conquistadores españoles. Su fundador fue Vasco Porcallo de Figueroa, una de las figuras más notables de la conquista. Aunque aún existen varias hipótesis relacionadas con esa etapa, debido a la presencia activa de los españoles a finales de 1513 y principios de 1514, en el área que hoy ocupa Remedios, se reconoce su fundación el 24 de junio de 1515, por eso se le conoce también como la Octava Villa de Cuba.

En el centro histórico urbano, declarado Monumento Nacional en 1980, se ubican varias edificaciones con un marcado valor patrimonial e histórico que conservan en todo su esplendor la arquitectura de una época. Así encontramos la iglesia Parroquial Mayor de San Juan Bautista, la Ermita de la Virgen del Buenviaje, La Tertulia, el Museo Casa Alejandro García Caturla, el Hotel Mascotte, las cafeterías el Louvre, el Drivers, la Estatua de la Libertad, única de su tipo en Cuba y otras.

La verdadera riqueza de la ciudad de San Juan de los Remedios está en sus valores culturales y sus tradiciones: las Parrandas del 24 de diciembre y las fiestas del Santo Patrono o fiestas de San Juan y del aniversario de fundación los días 23 y 24 de junio, que incluyen ferias y festivales de tradiciones populares, juegos y la Captura del Güije y la Quema de las Piras.

Sin lugar a dudas, otro tesoro de la rica cultura de la villa es la literatura oral y escrita que recoge leyendas como la del Güije, La Llorona de la calle la mar, la Cabeza de Patricio, el Perro de la loma, el Baúl de Ña Trina y otras; fábulas como las de Francisco Javier Balmaseda; cuentos, refranes y canciones como las recogidas por el folclorista remediano Pedro Capdevila Melián; así como personajes populares, pinturas, artesanías y otras muestras de la cultura popular remediana.

Cada año del primero al siete de marzo se desarrolla la Semana de la Cultura en homenaje a Alejandro García Caturla, los jueves y domingos la Banda Municipal de Conciertos, próxima a cumplir los 113 años de su fundación, desarrolla su retreta en la glorieta de la Plaza Central.

San Juan de los Remedios cuenta la historia de varios siglos de existencia. En cada rincón de la ciudad un personaje, una leyenda, un acontecimiento que enriquecen la historia y la cultura popular de esta longeva y bella ciudad (Telecubanacan ,2019)

## **2.2 Análisis y valoración de los resultados obtenidos con la aplicación de los instrumentos de investigación.**

El trabajo de campo de la investigación se realizó en las principales entidades de desarrollo turístico del territorio las encuestas y entrevistas fueron realizadas tanto a directivos como a trabajadores de los centros, existiendo una población total de

44 personas mientras que la muestra fue de 12 personas, pues la misma fue intencional pues los entrevistados fueron los que están más estrechamente relacionados con el carácter del trabajo.

### **2.2.1 Fase de diseño del diagnóstico**

La fase de planificación del diagnóstico turístico tiene como propósito definir el

Tipo y la forma en que se recogerá la información de campo. De manera

General incluye tres actividades:

- La determinación del enfoque de planificación, escala, objetivos
- Delimitación del área de estudio
- La revisión de la literatura
- Planificación del trabajo de campo

#### Definición del tipo de planificación

La planificación e está desarrollando en un espacio urbano con potencialidades para el desarrollo del Turismo histórico cultural, dicha planificación tendrá un enfoque económico y comunitario

#### Delimitación del área de estudio

El área de estudio de la investigación está definida como el centro histórico del municipio de Remedios, Villa Clara, Cuba comprendidos entre las calles

#### Revisión de documentos

La revisión de documentos de la investigación se hizo de forma previa en el Marco Teórico Metodológico, y en la definición general del objeto de estudio de la misma. Dicha investigación consistió en la revisión de documentos sobre el tema referido, así como un exhaustivo examen el objeto de estudio propuesto.

#### Planificación del trabajo de campo

Una vez revisados los documentos y la información existente acerca del destino turístico, se tiene una idea clara de los estudios que hacen falta. Este paso consiste en definir:

A. Metodologías: las fichas se van a aplicar a través de observación directa, encuestas y entrevistas. (ver anexo 3,4,5,6)

B. Recursos humanos. El equipo de trabajo consta de tres personas: las estudiantes de licenciatura en turismo Anabel Mercedes Sáez Arzola y Lisbeth San delis Trejo y el MSc José Antonio Cebey.

C. Tiempo: La recolección de la información se realizará durante un mes, realizando visitas periódicas a los principales centros rectores del turismo de la localidad,

D. Recursos económicos: los recursos utilizados en la investigación son provistos de fema individual por los participantes de la misma.

E. Materiales: la información será recogida en grabadoras papel impreso cámaras fotográficas y materiales bibliográficos proporcionados por las entidades investigadas.

### **2.2.2 fase de recolección de la información de campo**

Los pasos que se siguen en la fase de recolección de información de campo son:

- Aplicación de la ficha de Diagnóstico Turístico de Comunidades
- Aplicación de la ficha de Caracterización de Demanda
- Aplicación de la ficha de Caracterización de Atractivos y Recursos Turísticos

#### Ficha de diagnóstico turístico de comunidades

##### *Datos generales*

La sección de datos generales sirve para establecer el lugar exacto donde se está realizando el diagnóstico o proyecto turístico.

##### *Oferta de servicios*

Hoy, la Octava Villa, se ha convertido en uno de los principales atractivos turísticos de la provincia de Villa Clara. El turismo en Remedios es de circuito y ha ido incrementándose paulatinamente. La ciudad cuenta con cuatro hoteles para un total de 68 habitaciones: 10 en el Hotel Mascotte, 24 en el Barcelona, 26 en el Camino del Príncipe y ocho en el Casa Real.

El producto turístico en la ciudad se complementa con los puntos de venta El Louvre, la taberna Siete Juanes, cremería Doña Lala, sport-bar El Golazo y la finca La Cabaña, con el restaurante El Curujey.

#### *Infraestructura de servicios básicos*

Las infraestructuras de apoyo se ubican mayormente en la ciudad. En ella se ubican, tres (3) museos, siete (7) instalaciones culturales una (1) galería de arte, dos (2) teatros y un (1) cine. Además, existen dos (2) bancos, (2) terminales de ómnibus y (1) una de ferrocarril, (1) una oficina de correos y una (1) oficina de información al turista que visita la ciudad, la cual no cuenta con información actualizada y eficaz de la ciudad y no posee una caracterización de los principales sitios culturales, históricos y monumentales que pueden resultar de interés a los turistas.

#### *Gobernanza*

Las principales entidades rectoras del turismo en remedio son la delegación Provincial del MINTUR, la oficina municipal del Poder Popular y las casas de Cultura municipal y provincial, también las agencias de viaje Habanatur, Cubanacan y Turarte.

#### *Comunidad receptora*

Los profesionales y técnicos en el municipio presentan una deficiente permanencia en los sitios de desarrollo turístico, principalmente los artistas, quienes encuentran mayores oportunidades de empleo, desde el punto de vista económico, en la Cayería Norte Los profesionales, una vez graduados, no buscan variantes de superación en cuanto al aprendizaje de idiomas extranjeros y el conocimiento de materias como la historia, la cultura, la política, entre otros que resultan de interés para el visitante aunque la mayoría de los profesionales afirman sentirse preparados para desarrollar su trabajo.

La mayoría de las actividades económicas del municipio son la prestación de servicios a la comunidad y el desarrollo del turismo

#### Ficha de caracterización de la demanda

##### *Periodicidad y frecuencia de la visita turística*

Al igual que en el resto del país la demanda aquí es estacionaria con dos temporadas bien delimitadas, alta (de noviembre a abril) y baja (de mayo a octubre) tienen una estancia promedio de 2 días .

*Forma de viaje*

Los viajes se organizan de forma individual a través de internet o a través de agencias de viajes radicada en país emisor.

*Origen de la demanda*

La demanda es de origen internacional, en su mayoría de países europeos.

*Motivos de visita y tiempo de estadía*

La demanda presenta tanto turistas que tienen una estancia promedio de 1 días como excursionistas procedentes de los hoteles localizados en la costa norte villaclarella, en ambos casos la principal motivación es la vista a centros culturales o históricos y la participación en actividades de carácter popular.

*Gasto promedio*

El gasto promedio es de unos 60 CUC por turista y 20 CUC por visitante.

Ficha de caracterización de atractivos y recursos turísticos

*Clasificación de los atractivos*

Consiste en identificar claramente la categoría, tipo y subtipo al cual pertenece el atractivo a inventariar. Según el MINTUR, los atractivos pueden ser de dos categorías: sitios naturales y manifestaciones culturales. Ambas categorías se agrupan en tipos y subtipos.

Tabla 1 Clasificación de los atractivos turísticos (elaboración propia)

<b>NOMBRE DEL ATRACTIVO</b>	<b>CLASIFICACIÓN DE LOS ATRACTIVOS</b>
Parque José Martí	Cultural - Arquitectura Tradicional
Museo De Las Parrandas	Cultural –Arquitectura Traditional/Artes

Museo Casa Natal Alejandro García Caturla	Cultural –Arquitectura Tradicional/Artes
Iglesia Parroquial Mayor San Juan Bautista	Cultural - Arquitectura Tradicional /Manifestaciones Religiosas
Casas De Los Siglos XVII, XVIII, XIX Y XX	Cultural - Arquitectura Tradicional
Parque De La Libertad	Cultural - Arquitectura Tradicional
Fiestas Del San Juan	Cultural-Acontecimientos Programados
Parrandas De Remedios	Cultural-Acontecimientos Programados
Iglesia De Nuestra Señora Del Buen Viaje	Cultural - Arquitectura Tradicional /Manifestaciones Religiosas
Hotel Mascotte	Cultural - Arquitectura Tradicional /Sitio Histórico
Cafeteria El Louvre	Cultural - Arquitectura Tradicional /Sitio Histórico
Irregularidades De Las Calles Remedianas	Cultural - Arquitectura Tradicional

### *Recopilación de información*

En esta fase se investigan las características relevantes de los atractivos de manera documental y se selecciona tentativamente los a los que se les hará una visita. La información documental puede obtenerse en las oficinas relacionadas con el manejo de los atractivos, gobiernos locales, internet, organizaciones no gubernamentales, entre otros.

Para los fines de esta investigación se visitaron las principales entidades rectoras del turismo en el municipio, los museos de las parrandas y la música la casa de cultura municipal, así como el gobierno municipal.

### *Trabajo de campo*

Consiste en la visita a efectuarse a los sitios para verificar la información sobre cada atractivo. Es el procedimiento mediante el cual se le asignan las características al atractivo. El trabajo de campo debe ordenarse en función de los desplazamientos para estimar el tiempo total que demande esta actividad. Es recomendable dirigirse a las oficinas públicas que puedan dotar de información adicional, como Municipios y Consejos Cantonales, Gobernaciones, Casas Parroquiales, así como informantes locales, y tratar de visitar con alguno de ellos el atractivo.

### *Evaluación y jerarquización*

La jerarquización de dichos atractivos se hará según el establecimiento de una jerarquía cualitativa propuesta por Raúl Álvarez Cuervo (1987) citado por Castillo (2018) pues no se hace necesario una jerarquía cuantitativa en lo referente a accesibilidad, conectividad, concentración de recursos y soporte de alojamiento y restauración pues todos se encuentran en el mismo espacio. La jerarquización propuesta es la siguiente:

- Jerarquía 5: Atractivo con rasgos excepcionales y gran significación para el mercado turístico internacional, capaz por sí sólo de motivar una importante corriente de visitantes (actual o potencial).
- Jerarquía 4: Atractivo excepcional capaz de motivar una corriente (actual o potencial) de visitantes nacionales o extranjeros, ya sea por sí solo o en conjunto con otros atractivos contiguos.
- Jerarquía 3: Atractivo con algún rasgo llamativo, capaz de interesar a visitantes de larga distancia que hubiesen llegado a la zona por otras motivaciones turísticas.
- Jerarquía 2: Atractivo con interés capaz de motivar corrientes de turistas regionales o locales.
- Jerarquía 1: Atractivo sin méritos suficientes para considerarlo al nivel de las jerarquías anteriores pero que juega un papel complementario diversificando y potenciando al resto de los recursos.

Dentro de la Jerarquía 5 se encuentran:

- Las Parrandas de Remedios: Surgieron alrededor de 1820 cuando un sacerdote llamado Francisco Vigil de Quiñónez (Francisquito), decidió contratar a un grupo de niños para que, en las frescas madrugadas del 16 al 24 de diciembre, hicieran un ruido infernal y despertaran a los vecinos de la villa, que preferían quedarse durmiendo y no participar en las misas de Aguinaldo. No se sabe con certeza si el joven sacerdote logró el sentido religioso, pero este alboroto evolucionó y trascendió como una genuina tradición folklórica que se ha convertido en Fiesta Nacional.

Dentro de la Jerarquía 4

- Iglesia Parroquial Mayor San Juan Bautista: construida en el siglo XVI, en honor al Santo Patrono de la villa. Durante siglos, la Iglesia sufrió transformaciones en su apariencia interna y externa, a pesar de lo deteriorado del templo, se pudo apreciar los restos de su esplendor original por lo que con la restauración del templo se le devolvió su antiguo esplendor Barroco del siglo XVIII. Además de rescatar todos los elementos barrocos del templo, se renovaron las piezas que se habían perdido con el tiempo y al final de los trabajos se cubrió toda la decoración con una lámina de oro de 18 quilates. Este edificio, considerado como el mejor conservado de esta familia de templos en Cuba, constituye el único exponente en la isla que muestra casi todos sus artesonados: nave central, capilla principal y laterales, prácticamente cubiertos en su totalidad por una ornamentación a partir de pintura aplicada sobre madera en colores variados.
- Iglesia de Nuestra Señora del Buen Viaje: Esta iglesia atesora un origen muy peculiar. Alrededor del año 1600 tres pescadores encontraron, los restos de un naufragio, aquí se destacaba una caja de madera dentro de la cual, milagrosamente seca, se encontraba una imagen de la virgen sin inscripción ni escrito que esclareciera su nombre. Uno de los pescadores exclamó: “Buen Viaje hemos hecho” y de esta frase surge el nombre dado a la imagen, esta fue trasladada a la Villa, llegando al caer la noche. Los pescadores

decidieron dejarla en una choza. Al día siguiente, la trajeron a la iglesia con todos los honores que merecía. Una vez allí, se ofició un servicio especial por el hallazgo. A la mañana siguiente, la historia se convierte en leyenda cuando, para sorpresa de todos, la virgen no se encontraba más en la iglesia: había regresado “por sí sola” para la choza. En varias ocasiones se repite este hecho, hasta que los remedianos descubrieron que la virgen “quería permanecer en su primer hogar dentro de la Villa” y recaudaron fondos para construirle su propia luego se le construyó en el siglo XIX la que se puede apreciar.

### . Dentro de la Jerarquía 3

- Fiestas del San Juan: Durante la noche del 23 se representa una de las míticas historias de esa urbe, referida a la ancestral existencia de uno de esos seres, especie de demonio cabezón, peludo, travieso y feo, pero a la vez gracioso y goloso pues gusta de robar golosinas. Tras el Güije de la poza de la Bajada parten siete Juanes en un carro de madera tirado por bueyes en busca del pequeño diablillo, le dan captura y lo conducen encadenado dentro de un saco, ante la cruz en manos del sacerdote que oficia la misa del alba, pero ante la sorpresa de todos, el personajillo quiebra las amarras y escapa hasta su búsqueda el próximo año .Igualmente, los festejos por el aniversario de San Juan de los Remedios mantienen tradiciones como la quema de piras de origen español, carreras en sacos, antiguos juegos como el gato en la tinaja, una peseta en la sartén y el palo encebado.
- Hotel Mascotte: El Hotel Encanto Mascotte está ubicado en el pueblo de San Juan de los Remedios – uno de los más antiguos de Cuba, además de ser uno de los que no ha cambiado prácticamente nada su apariencia en cien años. El Mascotte es un hotel pequeño de tan solo diez (10) habitaciones estándar y está enclavado en una antigua construcción de estilo colonial, con una hermosa arquitectura, altos puntales, largos ventanales y puertas que dan hacia los balcones que miran hacia la plaza principal. En 1899 se entrevistaron aquí el Mayor General Máximo Gómez y el representante de la

delegación cubana en los Estados Unidos Sr. Gonzalo de Quesada con el comisionado especial del presidente William Mc Kinley, Mr. Robert Porter, a fin de acordar el licenciamiento del Ejército Libertador.

- Cafetería El Louvre: fundada en el 1866 es considerada por muchos el establecimiento en funciones más antiguo de su tipo en Cuba, por haberse dedicado a prestar estos servicios de forma ininterrumpida desde su aparición hasta nuestros días. Este pequeño comercio ha servido siempre como sitio de encuentros y tertulias. Ha acogido a figuras de las letras, las artes, la política entre los que se destaca el Generalísimo Máximo Gómez, de quien se cuenta que durante sus períodos de estancia en Remedios frecuentaba el lugar junto a compañeros de armas. En toda la ciudad de Remedios esta instalación fue la primera en integrarse al desarrollo turístico y la recaudación de divisas en la década de los 90 del pasado siglo.
- Parque de la Libertad: este debe su nombre a la Estatua de la Libertad que es una escultura, alegórica a la libertad de Cuba, es única de su tipo reconocida en el país. Está esculpida en mármol construida en Carrara por el artista italiano Carlos Nicoly y Manfredy, la cual fue premiada en la Exposición de Internacional de París a inicios del siglo XX y posteriormente adquirida por los remedianos mediante colectas públicas. Su base está hecha de piedras rústicas que simboliza la esclavitud y en la que está tallado un sol refulgente con la faz de un anciano envejecido por las injusticias del colonialismo español, junto a una inscripción en la que se lee: “El pueblo de Remedios a los Mártires de la Patria”. Sobre esta base se yergue una figura femenina que representa a Cuba. La escultura, coronada con un gorro frigio, como nuestro escudo nacional, empuña una espada que representa al machete mambí rompiendo las cadenas del colonialismo. En la mano izquierda porta una antorcha que ilumina el sendero de la libertad.
- Parque José Martí: antigua Plaza de la Reina Isabel II. La forma actual es de mediados del Siglo XIX. Este ha sido a lo largo de más de 150 años el centro

cívico de la ciudad y escenario de las principales conmemoraciones y festividades, como son las fiestas sanjuaneras y las famosas Parrandas remedianas. A su alrededor se pueden observar edificaciones de gran valor arquitectónico y urbanístico. Fue declarado Monumento Nacional y reconocido en todo el país como la única plaza que cuenta con dos iglesias católicas. Sirve de centro de la ciudad, como punto de partida para el surgimiento de las principales arterias que adentran al visitante, a ver de cerca la vida de los remedianos y participar en dicha existencia.

- Museo Casa Natal Alejandro García Caturla: Alejandro García Caturla fue un joven abogado que provocó la consolidación de una vanguardia artística e intelectual de relevancia para Cuba. Para rememorar su figura y difundir su obra se creó en su propia casa natal un Museo, en el que se exponen imágenes de su vida y obra artística.
- Museo de las Parrandas Remedianas. Ubicado en el municipio de Remedios, provincia de Villa Clara, tiene su sede en una construcción del Siglo XIX, donde se conservan disímiles objetos relacionados con una de las fiestas populares más reconocidas en Cuba, las parrandas. Este museo etnográfico fue inaugurado el 1 de abril de 1980.

#### Dentro de la Jerarquía 1

- Irregularidades de las calles remedianas: la irregularidad de las calles constituye un laberíntico espectáculo, cuya estrechez sombreada invita a caminar debajo de los grandes aleros que protegen bondadosamente de la intensidad solar. Hacia el centro, corazón y médula primitiva de la ciudad, abundan los amplios portales con formas de corredor, grandes ventanales, rejas de hierro, y patios interiores inundados de mágica frescura. Esta forma de construir las calles, así como las impresionantes rejas de hierro en los ventanales de las casas se mantienen desde la antigüedad, pues constituyeron formas de protección contra los constantes ataques de piratas.
- Casas de los siglos XVII, XVIII, XIX y XX: Remedios cuenta con gran diversidad de casas que poseen un significativo estado de conservación de

su estructura, decoración y mobiliario, lo cual las convierten en joyas de la arquitectura doméstica del centro del país.

### **2.2.3 fase de análisis y sistematización de resultados**

Para concretar los problemas encontrados se realizó una Matriz DAFO

Debilidades:

1. Insuficiente preparación de los gestores del destino para la ejecución de un turismo cultural acorde con el patrimonio tangible e intangible de la región.
2. Escasa cultura turística general en la población local.
3. Insuficiente volumen de alojamiento turístico hotelero y restringida oferta de restauración y servicios especializados.
4. Carencia de infraestructura técnica y de apoyo.
5. Barrios periféricos con ambientes de bajo valor estético próximo al área de uso turístico.
6. Falta de planificación de las excursiones en el destino en las fechas de significación en la región.
7. Falta de espacios abiertos y zonas verdes aledañas al centro urbano que refuercen los valores del lugar.
8. Apreciación de cada atractivo de forma individual sin detenerse en el valor general del centro histórico de la ciudad.
9. Escasa comunicación entre los niveles de dirección del turismo y cultura dentro del municipio y provincia

Amenazas:

1. Crisis económicas mundiales que presentan una vacilante reparación económica en los principales mercados emisores con utilidad para esta región y tipo de actividad turística.
2. Traslado de profesionales competentes hacia los polos turísticos de la cayería.
3. Alta concentración de la relación oferta-demanda de este producto turístico en el centro histórico urbano de La Habana.

4. Aumento de las campañas de desarrollo y marketing turísticas de otras regiones culturales consolidados y nuevos productos emergentes potencialmente competitivos cerca del municipio de Remedios.
5. Aumento de las expectativas del segmento de mercado que demanda este producto.
6. El aeropuerto internacional en la ciudad de Santa Clara está ubicado a más de 50 kilómetros de esta región.
7. Vecindad relativa de la Ciudad Histórica de Trinidad, también en la parte central de Cuba, como elección bien posicionada para la confección de programas turísticos de gran interés.

#### Fortalezas:

1. Alto estado de conservación del patrimonio histórico cultural, tanto tangible como intangible.
2. Apreciación creciente social de la actividad turística en el territorio como componente fundamental de la economía de la ciudad.
3. Declaración de la ciudad de Remedios como “Monumento Nacional” desde 1980.
4. Declaración de la parranda remédianos como patrimonio de la humanidad en 2018
5. Excelentes vías de acceso a la ciudad desde toda la región.
6. Presencia de un enérgico sentimiento de identidad y pertenencia por parte de la población local.
7. Perfeccionamiento del desarrollo del alojamiento turístico no hotelero en casas de viviendas.

#### Oportunidades:

1. Posicionamiento del turismo cultural como modalidad en incremento para el aprendizaje vivencial de la historia y la cultura de los pueblos.
2. Desarrollo de la educación general e integral en Cuba con mejores niveles de formación.

3. Campañas de preservación y protección al patrimonio cultural mundial por la UNESCO e ICOMOS, entre otros.
4. Rescate de la atraktividad turística de las ciudades histórico-culturales en el país.
5. Cercanía al destino turístico “Cayos de Villa Clara”, donde maniobran significativas cadenas hoteleras con renombre internacional bajo el concepto de Playa Plus interesadas en potenciar la visita a la ciudad.
6. Posición ventajosa respecto a la Universidad Central de las Villas, a la Escuela de Hotelería y Turismo, así como a importantes centros investigativos que aportan profesionales competentes.
7. Aumento del desarrollo turístico nacional y la ejecución de políticas de diversificación del producto turístico cubano y de las ofertas suplementarias al producto de sol y playa.
8. Ubicación en una de las ocho regiones priorizadas para el desarrollo turístico del país.

## **Conclusiones**

1. El diagnóstico aplicado determina que en el paisaje central del centro histórico de Remedios se detectan Recursos Histórico-Culturales–Arquitectónicos, tangibles e Intangibles, así como una escasa presencia de infraestructura de apoyo.
2. Los problemas encontrados se ubican en la infraestructura física y técnica, la oferta de servicios, la comercialización, la competencia, los Recursos Humanos, el medio ambiente y la imagen del municipio, lo cual indica afectaciones de los elementos que integran el sistema turístico.
3. El diagnóstico turístico realizado permitió identificar el estado y situación actual que poseen los recursos turísticos culturales del centro histórico, así como la necesidad que existe de evaluar el potencial turístico en función de las necesidades del desarrollo local.

**CAPITULO 3. SISTEMA DE ACCIONES PARA EL  
DESARROLLO DEL PAISAJE CULTURAL DEL  
CENTRO HISTÓRICO DEL MUNICIPIO DE  
REMEDIOS**

## **Introducción**

Una vez establecidas las consideraciones diagnósticas sobre el desarrollo del turismo local en el objeto de estudio práctico, el presente capítulo tiene como objetivo presentar un sistema de acciones que permita sentar las bases para el tratamiento del paisaje cultural como producto y con ello, no solo la mejora de las actividades en el destino sino también el desarrollo de una ventaja competitiva ante las ofertas similares que presentan otras áreas cercanas. Como resultado de este capítulo se presenta una breve consideración acerca de la naturaleza de los sistemas de acción, la descripción del sistema propuesto y los resultados de la validación por especialistas del mismo.

### **3.1 Consideraciones generales sobre los sistemas de acciones**

Cordero (2010) citado en Ríos (2015), declara que:

Los sistemas de acciones parten de la comprensión de la teoría general de sistemas, valga la redundancia, aplicada a la administración o dirección de empresas. En este orden, la empresa se ve como una estructura que se reproduce y se visualiza a través de un sistema de toma de decisiones, tanto individual como colectivamente. De esta forma se ve la organización como un “sistema vivo y abierto”, que mantiene un continuo intercambio de materia/energía/información con el ambiente, lo que permite reconceptualizar los fenómenos organizacionales dentro de un enfoque global, para integrar asuntos que son, en la mayoría de las veces de naturaleza completamente diferente.

Igualmente, Solano, (2000). Declara que: sistema es un todo organizado y complejo; un conjunto o combinación de cosas o partes que forman un todo complejo o unitario. Es un conjunto de objetos unidos por alguna forma de interacción o interdependencia.

De acuerdo con la ISO 9000:2005 un sistema se puede definir como un conjunto de elementos mutuamente relacionados o que interactúan. Por otra parte, se plantea que un sistema es una estructura organizativa, procedimientos, procesos y recursos necesarios para implantar una gestión determinada, como por ejemplo la gestión de

la calidad, la gestión del medio ambiente o la gestión de la prevención de riesgos laborales. Normalmente están basados en una norma de reconocimiento internacional que tiene como finalidad servir de herramienta de gestión en el aseguramiento de los procesos. (Collazo 2012 citado en Segura 2017)

Según Von Bertalanffy, sistema es un conjunto de unidades recíprocamente relacionadas. De ahí se deducen dos conceptos: propósito (u objetivo) y globalismo (o totalidad).

- Propósito u objetivo: todo sistema tiene uno o varios propósitos. Los elementos (u objetos), como también las relaciones, definen una distribución que trata siempre de alcanzar un objetivo.
- Globalismo o totalidad: un cambio en una de las unidades del sistema, con probabilidad producirá cambios en las otras. El efecto total se presenta como un ajuste a todo el sistema. Hay una relación de causa/efecto.

Al asumir la organización como un sistema abierto, se asume el hecho de que está compuesta por otros sistemas menos complejos en constante interrelación. Aplicando esta teoría a las funciones de la administración, entonces puede hablarse de sistemas de planeación, organización, dirección y control de la entidad, todos estos estrechamente relacionados entre sí. El sistema de acciones puede ser entendido como subsistema de la planeación, en tanto representa un conjunto de actividades que se proponen para lograr determinadas metas organizacionales. (Ríos, 2015).

Por ello para su conformación deben tenerse en cuenta los pasos de la planeación, estos son: detección de oportunidades, establecimiento de objetivos, desarrollo de premisas, determinación de cursos de acción y formulación del plan. Es importante considerar también, que todo plan de acción refleje determinados elementos, como son:

- Tarea o acción.

- Responsable
- Participantes en la ejecución.
- Período de cumplimiento.

### **3.2 Plan de acción para el desarrollo del paisaje cultural en el centro histórico de Remedios**

Para la conformación del sistema de acciones propuesto se tuvieron en cuenta los pasos de la planeación: detección de oportunidades, establecimiento de objetivos, desarrollo de premisas, determinación de cursos de acción y formulación del plan.

#### 1. Detección de oportunidades.

Esta etapa del sistema de acciones a proponer, es la expresión sintética de los resultados del diagnóstico realizado y expuesto en el capítulo anterior del presente informe de investigación. En este orden, se asumen como oportunidades para insertar en la entidad un sistema de acciones para el mejoramiento son las siguientes:

- Existen lineamientos específicos de la política económica y social de la Revolución que apuntan hacia la necesidad de incrementar la competitividad de Cuba en los mercados, a partir, principalmente, de la elevación de la calidad de los servicios; así como la necesidad de crear, diversificar y consolidar de forma acelerada servicios y ofertas complementarias al alojamiento que distingan al país; lo que establece bases de mejora para la gestión turística en la empresa.
- Existe la necesidad de implementar estas acciones en el objeto de estudio, puesto que se detectan en el diagnóstico deficiencias relacionadas con la gestión y organización del desarrollo de las principales actividades que compone el producto turístico del destino.
- El municipio presenta los recursos turísticos para desarrollar un producto de calidad diferenciador ante el resto de ofertas similares que se encuentran en la región central del país.

## 2. Establecimiento de objetivos

De manera general el sistema está encaminado a:

- Establecer acciones para el mejoramiento del desarrollo del turismo en el centro histórico del municipio de Remedios, para promover un producto integrado en el destino.

## 3. Desarrollo de premisas

Se asumen como premisas para el desarrollo del turismo cultural en Remedios las siguientes:

- El turismo cultural es una de las modalidades que mayor cantidad de flujo de turistas aporta a las estadísticas generales, por tanto, la gestión eficiente de la misma dentro de los destinos especializados en esta modalidad resulta fundamental para la economía del destino
- El turismo cultural se nutre de un amplio arsenal de manifestaciones artísticas que resaltan la cultura universal, nacional y local para elevar la calidad de vida de los visitantes. En Cuba, esto debe estar combinado con el realce de las costumbres autóctonas y los rasgos históricos nacionales.
- La modalidad de turismo cultural no es una forma de comercializar la cultura de un pueblo, una vía para lograr la integración mundial y lograr el respeto por la cultura autóctona y los elementos culturales representativos de cada país.
- El desarrollo del turismo cultural en Cuba se alza como una alternativa eficiente y consumada que puede posicionar al país en el mundo como un destino más allá de Sol y Playa por las características culturales únicas que presenta la nación cubana.

## 4. Determinación de cursos de acción

De acuerdo con los resultados del diagnóstico, el objetivo propuesto y las premisas establecidas se seleccionaron tres posibles áreas de mejora, en las cuales trazar acciones. Estas áreas son:

- a. Desarrollo de actividades
- b. Personal involucrado
- c. Información para el visitante

El carácter sistémico de la propuesta determina que se propongan acciones para vincular todos los atractivos, que deben propiciar el impulso de una cualidad nueva en el desarrollo de las actividades.

## 5. Formulación del plan

Posteriormente a la ejecución del diagnóstico del desarrollo turístico local y una vez delimitados los pasos anteriores de la planeación, se procede a la elaboración de un sistema de acciones que dé respuesta a las fallas detectadas.

El sistema de acciones desglosa por áreas de mejora y cada acción está acompañada por varios elementos, dígase, responsable, participantes, período y recursos. A continuación, se presenta el sistema acciones propuesto el desarrollo del paisaje cultural del centro histórico de Remedios.

### **Sistema de acciones**

#### **Acciones encaminadas al desarrollo de las actividades**

Acción 1: Creación de un programa de trabajo integrado, entre el MINTUR y la Dirección Provincial de Cultura.

Objetivo: Fomentar la integración de los organismos e instituciones, para contribuir a la promoción de los atractivos del paisaje cultural del centro histórico de Remedios y desarrollar turismo cultural.

Participantes: Directivos de la Delegación Provincial de Turismo, Dirección Provincial de Cultura, Centro de Desarrollo Local, Centro Provincial de Patrimonio,

Decano y Jefe de Departamento de la Carrera de Turismo en la Universidad Central "Marta Abreu de Las Villas.

Fecha: Semestralmente

Responsables: Directivos de la Delegación Provincial de Turismo, Dirección Provincial de Cultura, Centro Provincial de Patrimonio, la Dirección Municipal de Cultura, Decano y Jefe de Departamento de la Carrera de Turismo en la Universidad Central "Marta Abreu de Las Villas.

Acción 2: Elaborar una excursión el día 24 de diciembre para asistir en la mañana a un recorrido por el museo de las parrandas donde se entreguen materiales bibliográficos acerca de las parrandas y en la tarde noche disfrutar de las actividades con un recorrido guiado.

Objetivo: vincular las actividades nocturnas con la historia de las parrandas y mejorar el entendimiento de los visitantes de la misma.

Fecha: 24 diciembre

Responsable: trabajadores del museo de la parranda y guías turísticos de la agencia Habanatur.

Participantes: trabajadores del museo de la parranda y guías turísticos de la agencia Habanatur y visitantes foráneos.

Acción 3: Desarrollar las peñas culturales mensuales promocionadas por la casa de cultura municipal en la zona central de la plaza José Martí

Objetivo: integrar los atractivos culturales con el patrimonio cultural siendo la plaza el centro de vida de la ciudad

Fecha: mensualmente

Responsable: trabajadores de la casa de cultura municipal y el talento artístico local

Participantes: trabajadores de la casa de cultura municipal. el talento artístico local, visitantes foráneos y habitantes de la localidad

Acción 4: Diseñar una excursión para las actividades del 24 y 25 de julio conocido como el San Juan para los clientes hospedados en los hoteles de la región tanto en remedios como en las localidades cercanas.

Objetivos:

- fomentar el aumento de visitantes al destino durante todo el año.
- dar a conocer otras fiestas populares de igual significación

Fecha: 24 y 25 de julio

Responsables: agencia de viajes Habanatur, Gaviotatur y Cubanacan.

Participantes: guía turística de las agencias de viajes Habanatur, Gaviotatur y Cubanacan visitantes foráneos y población.

Acción 5: Creación de diferentes peñas culturales museo de las parrandas donde existan segmentos dedicados a la promoción de las colecciones y objetos de artes del museo.

Objetivo: vincular la cultura tradicional con los tesoros existentes en el museo de las parrandas

Fecha: Según calendario de las peñas culturales

Participantes: Artistas, Técnicos y Especialistas del Museo, Consejo de Dirección de la Institución, Población participante.

Responsables: Consejo de Dirección del Museo, Artistas, Técnicos y Especialistas

### **Acciones encaminadas a la capacitación del personal**

Acción 1: crear un curso en la Universidad Central Marta Abreu de las Villas para los trabajadores de las agencias de viaje del municipio donde se impartan las particularidades del turismo cultural.

Objetivo: elevar los conocimientos de los trabajadores de las agencias de viaje respecto a la modalidad de turismo cultural.

Fecha: clases mensuales comenzando con el nuevo curso escolar.

Responsables: decano de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Central Marta Abreu de las Villas y el director del Centro de Estudios Turísticos.

Participantes: trabajadores de la agencia de viajes que operan en Remedios y profesores de la Universidad Central Marta Abreu de las Villas.

Acción 2: impartir un curso de idioma inglés a los trabajadores de los museos de la música y de las parrandas.

Objetivo: eliminar la necesidad de un guía traductor.

Fecha: clases semanales comenzando con el nuevo curso escolar.

Responsables: director del centro de estudios de idiomas de la Universidad Central Marta Abreu de las Villas y el director del Centro de Estudios Turísticos.

Participantes: a los trabajadores de los museos de la música y de las parrandas respectivamente y profesores del centro de estudios de idiomas de la Universidad Central Marta Abreu de las Villas .

Acción 3: realizar un curso de capacitación para los principales directivos rectores del turismo en el municipio con tema: El turismo cultural retos y expectativas.

Objetivo: instruir a los directivos en las nuevas tendencias y expectativas del turismo cultural en el mundo.

Fecha: clases semanales comenzando con el nuevo curso escolar por un periodo de dos (2) meses.

Responsables: decano de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Central Marta Abreu de las Villas y el director del Centro de Estudios Turísticos.

Participantes: principales directivos rectores del turismo en el municipio de Remedios.

### **Acciones encaminadas a la información para el visitante**

Acción 1: crear nuevos folletos y brochures con una información diferenciada a la ya existente siendo dedicado únicamente a Remedios.

Objetivo: instruir a los visitantes de los atributos reales del destino.

Fecha: indefinida.

Responsables: directores de las agencias de viajes que operan en Remedios

Participantes: directivos de las agencias de viajes que operan en Remedios y los visitantes del destino.

Acción 2: crear nuevos folletos y brochures dedicad únicamente a la información acerca de las parrandas remediadas para aquellos visitantes que viajan solos.

Objetivo: instruir a los visitantes de las caracterizas las parrandas remediadas.

Fecha: antes del 24 de diciembre.

Responsables: directores de las agencias de viajes que operan en Remedios y directivos del museo de las parrandas.

Participantes: directivos de las agencias de viajes que operan en Remedios y los visitantes del destino.

### **3.3 Evaluación por especialistas de la propuesta realizada**

Para comprobar la posible validez de la propuesta diseñada, la estrategia de posicionamiento se presenta a consideración de un grupo de especialistas. En este

sentido se seleccionaron como criterios de evaluación de la propuesta, los siguientes:

- Enfoque sistémico: La interrelación entre cada una de las variables y entre las acciones que cada una de estas propone, garantiza el equilibrio entre los atractivos.
- Orientación a la acción: Cada una de las acciones concretas implica pasos para el desarrollo y perfeccionamiento de las actividades turísticas para promocionar el destino.
- Flexibilidad: El sistema debe permitir la asimilación racional de cambios que se producen en los objetivos estratégicos del objeto de estudio práctico.
- Orientación al cliente: La concepción y desarrollo del sistema debe estar orientada a la satisfacción de necesidades del cliente.

Para evaluar el cumplimiento de estos requisitos en el sistema propuesto, se seleccionan los especialistas mediante la expresión:  $E=P(1-P) *Ki^2$

Donde:

$E$ : Número de expertos;  $P$ : Proporción de error estimado;  $K$ : Fiabilidad del proceso, asociado al nivel de confianza seleccionado;  $i$ : precisión

En el caso específico de esta investigación se tomaron los valores siguientes:

$P= 0,02$ ;  $K=2.5510$ ;  $i=0,1$

Por tanto,  $E \approx 5$

Luego de calcular el número de especialistas, se pasa a la selección de los mismos de manera intencional, según los siguientes criterios:

- Conocimientos del tema.
- Disposición a participar en la investigación.

Debido a las escasas investigaciones encontradas sobre el paisaje cultural para cumplimentar la evaluación se procede a llevar a cabo un análisis de competitividad de los posibles especialistas y que los hace aptos para emitir un criterio válido para

la investigación. Esto se hace a través del coeficiente K, el cual se computa de acuerdo a la opinión del candidato sobre su nivel de conocimiento acerca del problema que se está resolviendo y se calcula por la siguiente expresión:

$$K = \frac{1}{2} (Kc - Ka)$$

Donde:

*Kc*: Es el coeficiente de conocimiento o información que tiene el especialista acerca del problema, calculado de modo que: cero (0), indica absoluto desconocimiento de la problemática que se evalúa y uno (1), indica pleno conocimiento de la referida problemática.

*Ka*: Es el coeficiente de argumentación o fundamentación de los criterios del especialista determinado como resultado de la suma de los puntos alcanzados a partir de una tabla patrón. En la tabla 2 de la siguiente página se muestra este coeficiente y el procedimiento para su determinación.

Tabla 2 patrón de *Ka* y procedimiento para su determinación. (Águila 2008)

Fuentes de Argumentación	Grado de influencia de cada una de las fuentes en sus criterios		
	Alto (A)	Medio (M)	Bajo (B)
1. Análisis Teóricos Realizados	0.3	0.2	0.1
2. Experiencia obtenida	0.5	0.4	0.2
3. Trabajos de autores nacionales.	0.05	0.05	0.05
4. Trabajos de autores extranjeros.	0.05	0.05	0.05
5. Conocimiento del estado actual del problema en el extranjero	0.05	0.05	0.05
6. Intuición	0.05	0.05	0.05
<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>0.78</b>	<b>0.5</b>

Al experto se le presenta esta tabla sin cifras orientándoles que marque con una (x) sobre cuál de las fuentes ha influido más en su conocimiento de acuerdo con los

niveles: Alto (A), Medio (M) y Bajo (B). Posteriormente utilizando los valores que aparecen en la tabla patrón se determina el valor de  $Ka$  para cada aspecto.

De tal modo que si:

$Ka > 1$ , influencia alta de todas las fuentes;  $Ka > 0,8$ ; influencia media de todas las fuentes y  $Ka > 0,5$ ; influencia baja de todas las fuentes.

Con el resultado de la evaluación de los especialistas, se procede a realizar un análisis descriptivo a partir de la utilización de la media aritmética, como medida de posición y la desviación típica como medida de dispersión de los datos; para lo cual se emplearon las siguientes expresiones:

Media Aritmética:

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^n X_i}{n}$$

Como medida de tendencia central refleja el valor medio con que es evaluado cada criterio.

Desviación típica:

$$\sigma = \sqrt{\frac{\sum_{i=1}^n (X_i - \bar{X})^2}{n}}$$

Indica la dispersión que tiene la distribución de los valores en relación a la media.

Posteriormente se aplica el Coeficiente de Variación de Pearson ( $\gamma$ ) para determinar el número de veces que la desviación típica contiene a la media. Para  $\gamma=0$ , la representatividad de la media sería máxima, para  $\gamma > 0,5$ ; la media tiene baja representatividad para tomar decisiones. El coeficiente se determina con la siguiente expresión:

$$\gamma = \frac{\sigma}{\bar{X}}$$

Por esta vía se comprobó que los especialistas seleccionados están facultados para emitir criterios acerca del sistema de acciones propuesto. Para la evaluación se

explica a los especialistas las características del mismo, se aclaran las dudas que expongan y se pide a estas personas que emitan sus valoraciones acerca de si la propuesta cumple o no los requisitos a través de un cuestionario sobre la base de los criterios de evaluación (Carrascoso, 2015 citado en Segura ,2017).

A continuación, se muestran los datos recopilados en la encuesta y los valores calculados de las medidas de tendencia central y dispersión (ver anexo 8)

Tabla3 Datos recopilados en la encuesta y los valores calculados de las medidas de tendencia central y dispersión. (Elaborado por el autor)

Especialistas	C1	C2	C3	C4
1	5	5	4	5
2	5	5	5	4
3	5	3	4	4
4	1	4	3	5
5	5	5	5	5
$\bar{X}$	4.2	4.4	4.2	4.29
$\alpha$	0.78	0.54	0.74	0.45
$\gamma$	0.18	0.12	0.18	0.11

Como los valores obtenidos del Coeficiente de variación de Pearson se comportan entre 0 y 0,2 para cada uno de los criterios, se puede asumir que la media aritmética es representativa para la toma de decisiones (ver anexo 7)

Los resultados de las encuestas muestran un comportamiento alto (mayor que 4) en la evaluación de los especialistas respecto al valor medio de cada uno de los criterios. Esto demuestra que existe correspondencia en el criterio de los especialistas y por tanto el sistema de acciones es evaluado de positivo para ser aplicado al objeto de estudio.

### Conclusiones del capítulo

1. El análisis de los resultados más significativos del diagnóstico, permitió proponer un plan de acción para el desarrollo del paisaje cultural centro histórico de Remedios, a partir de las principales deficiencias detectadas.

2. El plan de acciones presentado tiene en cuenta para su conformación los pasos de la planeación, estos son: detección de oportunidades, establecimiento de objetivos, desarrollo de premisas, determinación de cursos de acción y formulación del plan y refleja la tarea o acción, el responsable, los participantes y el período de ejecución
3. La estrategia fue evaluada positivamente por siete especialistas en términos de: enfoque sistémico, orientación a la acción, flexibilidad y orientación al cliente, lo cual tributará mediante su implementación, al desarrollo de una filosofía de marketing que posibilitará una mayor satisfacción de los clientes.

# *Conclusiones*

## **Conclusiones**

1. Existe una amplia y variada bibliografía relacionada con el turismo cultural. Los textos consultados coinciden en plantear que el turismo cultural, es una modalidad turística que comprende el desplazamiento de personas por motivaciones culturales, donde se consolidan conocimientos y valores, se busca la integración entre los pueblos y un desarrollo sostenible.
2. El centro histórico de Remedios presenta potencialidades y limitaciones para el desempeño del turismo cultural en la Ciudad de San Juan de los Remedios. Entre las principales carencias del desarrollo turístico figuran la apreciación de cada atractivo de forma individual sin detenerse en el valor general del centro histórico de la ciudad y la escasa comunicación entre los niveles de dirección del turismo y cultura dentro del municipio y provincia.
3. La aplicación de las acciones propuestas, pueden contribuir a ofrecer un producto de calidad para el desarrollo del turismo cultural y a promover el auge económico en el municipio.
4. El resultado de la valoración del plan de acción propuesto, mediante la consulta de especialistas fue de positivo, demostrando el cumplimiento de los criterios seleccionados: enfoque sistémico, orientación a la acción, flexibilidad y orientación al cliente.

## RECOMENDACIONES

1. Continuar con la investigación en futuras investigaciones de pregrado y maestría.
2. Presentar a la delegación provincial del MINTUR las propuestas de acciones realizadas
3. Proponer a la dirección del Departamento de Turismo de la Universidad Central “Marta Abreu” de las Villas que la presente investigación sea empleada como material de estudio y que se integre al fondo bibliográfico del Centro de Información y Documentación de la Facultad de Ciencias Económicas, para uso de estudiantes y profesores de la Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas.

## BIBLIOGRAFIA

Alonso, P. La transición al pos-productivismo: parques patrimoniales, parques culturales y ordenación territorial]. *Eure*. 40(119): 217-238, 2014. Disponible en:

<http://dx.doi.org/10.4067/S025071612014000100010>

Álvarez, R. (1987). Jerarquización de los recursos turísticos.

Ballart, J. y Tresseras, J. (2001): *Gestión del Patrimonio Cultural*. Barcelona.Ariel.

Cornero, J. (2002). *Revalorización patrimonial como recurso sostenible en la iniciativa turística: la costa santafecina*. Mar del Plata: Universidad Nacional de Mar del Plata.

De Arrillaga, J. I. (1955). *El turismo en la economía nacional* (Editora Nacional ed.) Vol. 16 de Libros de actualidad intelectual. Madrid, España. Recuperado de [https://books.google.com.cu/books/about/El\\_Turismo\\_en\\_la\\_econom%C3%ADa\\_nacional.html?id=0NYwAAAIAAJ&redir\\_esc=y](https://books.google.com.cu/books/about/El_Turismo_en_la_econom%C3%ADa_nacional.html?id=0NYwAAAIAAJ&redir_esc=y)

De la Torre Padilla, O. (1997). *El turismo: fenómeno Social*. (I. Fondo de Cultura Económica Ed. Edición2. ed.). Recuperado [https://books.google.com.cu/books/about/El\\_Turismo.html?hl=es&id=81CUAAAACAAJ&output=html\\_text&redir\\_esc=y](https://books.google.com.cu/books/about/El_Turismo.html?hl=es&id=81CUAAAACAAJ&output=html_text&redir_esc=y)

Donaire, J. A. (2012). Turismo Cultural. Entre la experiencia y el ritual. *Investigaciones Turísticas*, núm. (5), pp. 192-197.

Du Cluzeau, C. O. (2000). *Le Tourisme Culturel*. Paris: Presses Universitaires de France.

Grefe, X. (2002). Les rapports entre l'offre culturelle et le public touristique: une opportunité pour la culture, le tourisme et l'économie. *Culture et tourisme. Actes del Seminari duta terme a Barcelona el novembre de 1999* (pp. 55-74). Girona: Universitat Girona.

Guanche, J. (2015). El turismo cultural y el patrimonio en Cuba: desafíos y perspectivas. Unión Nacional de Escritores y Artistas de Cuba. (UNEAC), La Habana.

ICOMOS. *Carta internacional sobre el turismo cultural*. Recuperado de [http://www.international.icomos.org/charters/tourism\\_sp.pdf](http://www.international.icomos.org/charters/tourism_sp.pdf)

Korstanje, M. E. (2015). Turismo y desarrollo. Conceptos y contenidos. *Anuario Turismo y Sociedad* (17), 141-142.

La Asociación Europea para la Educación en Turismo y en Ocio, ATLAS. (1997). European Project. Recuperado de: <http://www.atlasproject.eu/>

Maderuelo, J. (2010). Hacia una visión cultural del paisaje” en *Paisaje y Patrimonio*. Madrid, Abada Editores, 331-348.

Martín, R. (2010). *Principios, Organización y Prácticas del Turismo*, La Habana.

Martínez, O, Cuevas, T, Espinoza, R. (2016). Examen de tendencias del Turismo en el umbral del siglo XXI.

McKercher, B. (2002). *Cultural tourism: the partnership between tourism and cultural heritage management* / New York: Haworth Hospitality: Routledge.

Morère, N. Methados. *Revista de Ciencias Sociales*, 2017, 5 (1): 4-8. Recuperado de: <http://dx.doi.org/10.17502/m.rcs.v5i1.151>

Moragues, D. (2006). *Turismo, cultura y desarrollo*. Madrid: AECID.

Morère N. y Perelló, S. (2013). *Turismo cultural: patrimonio, museos y empleabilidad*. Madrid: Fundación de la Escuela de Organización Industrial.

Moreno, D. y García, R. (2017). A Semana Santa como fator de desenvolvimento turístico na cidade de Lorca (Região de Múrcia, Espanha).

Nogue, Joan. El retorno del paisaje. *Enrahonar quaderns de filosofia*. (45): 123-136. Disponible en: <http://x.doi.org/10.5565/rev/enrahonar.224>.

Ojeda, J, F. Lectura transdisciplinar de paisajes cotidianos, hacia una valoración patrimonial. Método de aproximación. *Revista INVI*. 28(78): 27-75. 2013. Recuperado de: <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-83582013000200002>

Olmos, L. y García, R. *Estructura del mercado turístico*. Madrid: Editorial Paraninfo. España. 245 p.

OMT. *City Tourism & Culture: The European Experience*. Madrid: European Travel Commission. World Tourism Organization, 2005. España. 137 p.

OMT, 2015. <http://media.unwto.org/es/press-release/2015-02-09/la-conferencia-mundial-sobre-turismo-y-cultura-de-la-omt-y-la-unesco-reune->

- Orduna, G. y Urpí, C. (2010). Turismo cultural como experiencia educativa de ocio. Polis Revista Latinoamericana. Santiago de Chile: Recuperado de: <https://polis.revues.org/102>
- Pérez. S, Fernández. R, Salinas, V. (noviembre, 2015). Los paisajes culturales de Unesco desde la perspectiva de América Latina y el Caribe. Conceptualizaciones, situaciones y potencialidades. Vol (30), p183
- Pulido, J. I., de la Calle Vaquero, M. y Velasco González, M. (2013). Turismo Cultural. Madrid, España: Editorial Síntesis, S.A. p.
- Quesada, R. (2009). *Los elementos del turismo: Teoría Clasificación y Actividad*. EUNED Editorial UEDCR.
- Ricaurte. C. (2009). Manual para Diagnóstico Turístico Local. Escuela superior politécnica del litoral
- Ríos, P.L. (2015). *Sistema de acciones para el mejoramiento de la gestión de animación en la Empresa Hotel Los Caneyes* (tesis de pregrado). Centro de Estudios Turísticos, Universidad Central Marta Abreu de Las Villas, Santa Clara, Cuba.
- Rivas, I. (2009). *Narración, conocimiento y realidad. Un cambio de argumento en la investigación educativa*.
- Roca, P. (2011). "Desarrollo local y turismo responsable." Recuperado de <http://www.monografias.com>. (Accedido el día 24 de marzo de 2019).
- SECTUR. (2001). *Secretaría de Turismo de México SECTUR*. Obtenido de Secretaría de Turismo de México SECTUR:[http://www.conaculta.gob.mx/turismocultural/pdf/Resumen\\_Ejecutivo.pdf](http://www.conaculta.gob.mx/turismocultural/pdf/Resumen_Ejecutivo.pdf)
- Segura, F. L. (2017). *Estrategia de posicionamiento para el segmento turismo de recorrido que visita el Bar-Cafetería "El Palatino"* (tesis de pregrado). Centro de Estudios Turísticos, Universidad Central Marta Abreu de Las Villas, Santa Clara, Cuba.
- Sharpley, R., & Telfer, D. J. (2014). *Tourism and development: concepts and issues*, Channel View Publications.
- Smith, M., & Richards, G. (2013). *The Routledge Handbook of Cultural Tourism*. Oxon: Rotledge

Stebbins, R. A. (1996). Cultural tourism as serious leisure. *Annals of tourism Research*.

Stylianou-Lambert, T. (2010). "Gazing from home: Cultural tourism and art museums", *Annals of Tourism Research*, vol. (38), núm. (2), pp. 403-421.

Suárez, C. (2014). *Diseño de un servicio de línea natural para tratamientos corporales y faciales para el YHI SPA Aguas Frescas del hotel Meliá Buena Vista* (tesis de pregrado). Centro de Estudios Turísticos, Universidad Central Marta Abreu de Las Villas, Santa Clara, Cuba.

Telecubanacán. (Productor). (lunes, 06 mayo 2019). San Juan de los Remedios: rejuvenecida y bella 502 años después

Toselli, C. (2006). Algunas reflexiones sobre el turismo cultural. PASOS. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. Universidad del Salvador. Argentina*

Troncoso, C. & Almiron, A. (2005). *Turismo y patrimonio: hacia una lectura de sus relaciones*. Mar de Plata: Universidad Nacional Mar de Plata.

UNESCO. Convención sobre Protección a la Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales en Conferencia General de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura en su 33 reunión, celebrada en París del 3 al 21 de octubre de 2005, 19 p. Disponible en: <http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001429/142919s.pdf> [12/3/2015].

Vega, L (2011). Caracterización y desempeño de ciudad de la Habana como destino turístico de Cuba (tesis de pregrado). Universidad de la Habana

Velasco, M. (2009). *Gestión turística del patrimonio cultural: enfoques para un desarrollo sostenible del turismo cultural*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid.

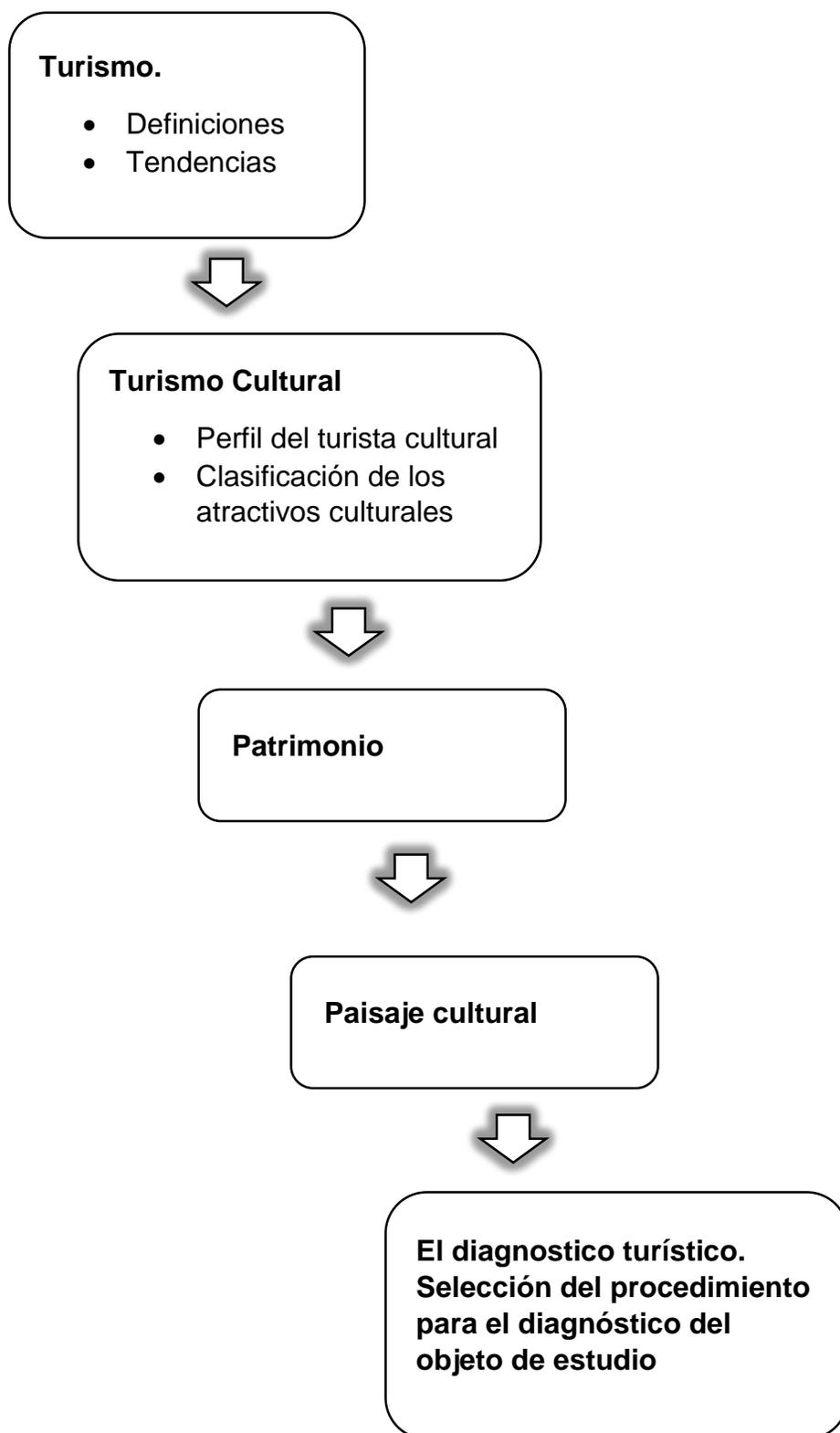
Villa, A. D. (2001). El turismo cultural o la mercantilización de la cultura. Congreso virtual de turismo. Recuperado de: [portaldesalta.gov.ar](http://portaldesalta.gov.ar)

Villacís-Mejía, C.(2015) *Retos Turísticos*. Vol. 14, No. 3, septiembre-diciembre 34-40

Zambrano, C A. (2017). Cinco miradas al turismo cultural [Recurso electrónico  
Bogotá: Universidad EAN,

## ANEXOS

### Anexo 1 Hilo conductor de la investigación



## Anexo 2

Aspectos \ Autores	1	2	3	
Definición del equipo de Diagnóstico	x	x		66%
Propósitos y formas de Diagnóstico	x	x		66%
Definición del tipo de Planeación	X			33%
Delimitación del área de estudio	x	X		66%
Revisión de documentos	x	x	X	100%
Planificación del trabajo de campo	X	x	X	100%
Recolección de información de Campo	x	X	X	100%
Diagnóstico turístico de Comunidades	X	x		66%
Caracterización de la demanda	x	X	X	100%
Caracterización de atractivos y recursos turísticos	X	x	X	100%
Identificación de problemas	X	x	X	100%
Análisis y jerarquización de problemas				0
	91%	83%	50%	

### Autores

- 1 Ricaurte (2009) Manual para el Diagnóstico Turístico Local.
- 2 Moya (2011). Procedimiento de diagnóstico turístico local con un enfoque participativo, dirigido a impulsar la gestión del desarrollo local en los municipios
- 3 Carvajal (2008). El procedimiento para el diagnóstico de los recursos turísticos patrimoniales tangibles e intangibles

Anexo 2.

Guía de Entrevista.

Director del Museo.

Objetivo: Diagnosticar el estado actual del Museo de las Parrandas de Remedios para desarrollar el Turismo Cultural.

Nombre y Apellidos: \_\_\_\_\_

Centro de Trabajo: \_\_\_\_\_

Profesión u Oficio: \_\_\_\_\_

Cargo que desempeña: \_\_\_\_\_

Años de experiencia: \_\_\_\_\_

1.- ¿Qué documentos normativos regulan el trabajo de la institución en relación al Turismo Cultural?

2.- La institución ha intercambiado con la Comisión Turismo-Cultura. ¿Qué recomendaciones o sobre qué temas se ha realizado el intercambio?

3.- ¿Cuáles son los principales atractivos que el Museo de las Parrandas puede emplear en función de desarrollar turismo cultural?

4.- ¿En relación con los atractivos anteriormente mencionados, qué actividades realiza la institución para promoverlos y contribuir a desarrollar turismo cultural?

5.- ¿Qué aspectos tienes en cuenta a la hora de planificar las actividades que oferta el museo?

6.- ¿Cómo la institución conoce el lugar de origen, profesión, oficios y la aceptación de las actividades ofrecidas por parte de los turistas a la institución?

7.- ¿Existen vías o mecanismos que le posibiliten a la institución conocer con tiempo la llegada de turistas al Museo?

8.- ¿Qué procedimientos utiliza el Museo para la promoción cultural de sus actividades?

9.- ¿Conoce usted lo que se vende y se promueve de la institución en las principales agencias de viajes, turoperadores o INFOTUR?

10.- De los proyectos que hoy se desarrollan en la institución ¿Cuáles se vinculan al turismo cultural?

11.- ¿Cuáles son las potencialidades y deficiencias del Museo de las Parrandas para desarrollar el turismo cultural?

Anexo 3.

Guía de Entrevista.

Director Municipal de Cultura.

Objetivo: Diagnosticar el estado actual del Museo de las Parrandas de Remedios para desarrollar el Turismo Cultural.

Nombre y Apellidos: \_\_\_\_\_

Centro de Trabajo: \_\_\_\_\_

Profesión u Oficio: \_\_\_\_\_

Cargo que desempeña: \_\_\_\_\_

Años de experiencia: \_\_\_\_\_

1.- ¿Qué documentos normativos regulan la implementación del turismo cultural en las instituciones culturales?

2.- ¿Qué acciones realiza la Dirección Municipal de Cultura para desarrollar el turismo cultural?

3.- Cómo resultado del trabajo que realiza la Comisión Turismo- Cultura, ¿qué valoración puede realizar de las propuestas culturales del Parque Central de Remedios para el Turismo Cultural?

#### Anexo 4

##### Guía de Entrevista

Centro de Desarrollo Local de Villa Clara.

Objetivo: Diagnosticar el estado actual del Museo de las Parrandas de Remedios para desarrollar el Turismo Cultural.

Nombre y Apellidos: \_\_\_\_\_

Centro de Trabajo: \_\_\_\_\_

Profesión u Oficio: \_\_\_\_\_

Cargo que desempeña: \_\_\_\_\_

Años de experiencia: \_\_\_\_\_

- 1.- ¿Qué políticas sociales, programas o documentos normativos regulan la implementación del turismo cultural desde la perspectiva del desarrollo local?
- 2.- ¿Qué acciones realiza el Centro de Desarrollo Local para la instrumentación del Turismo Cultural en el Municipio de Remedios?
- 3.- ¿Qué proyectos vinculados o asociados al turismo cultural se ejecutan en la actualidad?
- 4.- ¿Cómo valora el trabajo que realiza el Museo de las Parrandas en cuanto al Turismo Cultural?

## Anexo 5

Guía de Entrevista.

Directivos del MINTUR.

Objetivo: Diagnosticar el estado actual del Museo de las Parrandas de Remedios para desarrollar el Turismo Cultural.

Nombre y Apellidos: \_\_\_\_\_

Centro de Trabajo: \_\_\_\_\_

Profesión u Oficio: \_\_\_\_\_

Cargo que desempeña: \_\_\_\_\_

Años de experiencia: \_\_\_\_\_

- 1.- ¿Qué políticas sociales, programas o documentos normativos posee el Ministerio de Turismo (MINTUR) para la implementación del turismo cultural?
- 2.- ¿Qué acciones realiza Villa Clara para desarrollar el turismo cultural?
- 3.- Como resultado del trabajo que realiza la Comisión Turismo- Cultura, ¿qué valoración puede realizar de las propuestas culturales del Museo de las parrandas de Remedios para el turismo cultural?

Anexo 6

Cuestionario:

Especialistas.

El departamento de Turismo de la Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas investiga sobre el Turismo Cultural en la Ciudad de Remedios. Su colaboración será de gran utilidad en el desarrollo de la investigación. Por su participación, muchas gracias.

Objetivo. Diagnosticar el estado actual del Museo de las Parrandas de Remedios para desarrollar el turismo cultural.

1.- ¿Conoce usted el término Turismo Cultural?

Sí\_\_ No\_\_ Conozco poco\_\_

2.- Te sientes preparado(a) para ejecutar Turismo Cultural en el Museo

Sí\_\_ No\_\_

- ¿Qué vías utilizas para tu preparación?

---

---

- ¿Qué te faltaría?

---

---

---

3.- ¿Qué actividades realiza la institución para desarrollar Turismo Cultural?

---

---

---

---

4.- El servicio que la institución le ofrece al turista:

- a) Es un servicio: Gratis\_\_\_ Se paga por entrar\_\_\_
- b) El servicio se realiza en idioma: Español\_\_\_ Inglés\_\_\_
- c) El servicio se realiza con un guía: Sí\_\_\_ No\_\_\_ Mixto \_\_\_ En ocasiones\_\_\_
- d) Para facilitar la interpretación de los bienes y de las actividades, la institución ofrece: Mapas\_\_\_ Folletos\_\_\_ Plegables\_\_\_ Poster\_\_\_ Carteles\_\_\_ Paneles informativos\_\_\_ Maquetas\_\_\_ Materiales Audiovisuales\_\_\_ Otros.

¿Cuáles?\_\_\_\_\_

d) El guion-técnico de la interpretación

Se ajusta a las normas internacionales: Sí \_\_\_ No\_\_\_ A veces. \_\_\_

Resalta valores de: la cultura universal\_\_\_ la cultura nacional\_\_\_

\_\_\_cultura de la localidad Valores humanos\_\_\_

- Tiene en cuenta los aspectos socioculturales de los visitantes.

Sí\_\_\_ No\_\_\_ En ocasiones \_\_\_

- Resalta la necesidad del cuidado y protección del lugar.

Sí\_\_\_ No\_\_\_ En ocasiones \_\_\_

- Permite mantener el contacto del turista con la institución.

Sí\_\_\_ No\_\_\_ En ocasiones \_\_\_

5.- ¿Qué atractivos tiene el museo que pueda contribuir a desarrollar turismo cultural?

---

---

---

6.- ¿Qué acciones realiza el museo para la promoción sociocultural de sus atractivos?

---

---

---

---

7.- ¿Conoce usted lo que se vende y promueve de la institución en las principales agencias de viajes, turoperadores e INFOTUR? Sí\_\_ No\_\_

8.- ¿Cuáles son las potencialidades y deficiencias del Museo de las Parrandas para desarrollar el Turismo Cultural?

---

#### Anexo 7

Núm.	Especialistas	Cargo
1	Msc. Ada María Hernández Rodríguez	Especialista Principal del Centro Provincial de Patrimonio. Villa Clara
2	Msc. Armando Pérez Leiva	Representante de Turismo en la Asamblea Municipal del Poder Popular Remedios
3	Msc. José Antonio Cebey Sánchez	Profesor de la Universidad Marta Abreu de Las Villas
4	Msc. Erik González Bello	Director del Museo las Parrandas
5	Lic. Juan Carlos Hernández Rodríguez	Especialista principal del Museo las Parrandas

Anexo 8. Cuestionario para el criterio de especialistas

Valore los siguientes criterios relativos a la estrategia de posicionamiento utilizando una escala, de uno (1) a cinco (5), donde cinco es el mayor valor otorgado y representa la situación más favorable. En caso que su respuesta no sea favorable, exponga algunos elementos.

<b>Criterios</b>	1	2	3	4	5
<b>Enfoque sistémico:</b> Se garantiza el equilibrio organizacional a partir de la interrelación entre la estrategia de posicionamiento, cada una de las variables del marketing-mix y las acciones propuestas.					
<b>Orientación a la acción:</b> Cada una de las acciones concretas implica pasos para el desarrollo y perfeccionamiento de la gestión de marketing de la empresa.					
<b>Flexibilidad:</b> La estrategia permite la asimilación racional de cambios que se producen en los objetivos estratégicos de diferenciación del objeto de estudio práctico.					
<b>Orientación al cliente:</b> La concepción y desarrollo de la estrategia se orienta a la satisfacción de necesidades del cliente					



