

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



MAESTRÍA EN GESTIÓN TURÍSTICA

LAS CIUDADES HISTÓRICAS PATRIMONIALES DE CUBA CENTRAL COMO PRODUCTO TURÍSTICO PARA EL MERCADO CHINO

**(Tesis presentada en opción al Título Académico de Máster en Gestión
Turística)**

Autor: Lic. Mengtao Li (Betsy)

Tutor: Dr. C. Carlos Cristóbal Martínez Martínez

Santa Clara.

2009

AGRADECIMIENTOS



AGRADECIMIENTOS

A mi Tutor el Dr. C. Ing. Carlos Cristóbal Martínez Martínez, Profesor Titular del Centro de Estudios Turísticos por su apoyo en todo momento y por dedicarme parte de su tiempo cada vez que lo necesito.

A los profesores del Centro de Estudios Turísticos de la Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas (UCLV) por todas las horas que me dedicaron con todo su amor por la profesión, para que todos pudiéramos salir adelante.

Agradezco a mi amiga Teidy tuvo voluntad para asesorarme cuando lo necesité.

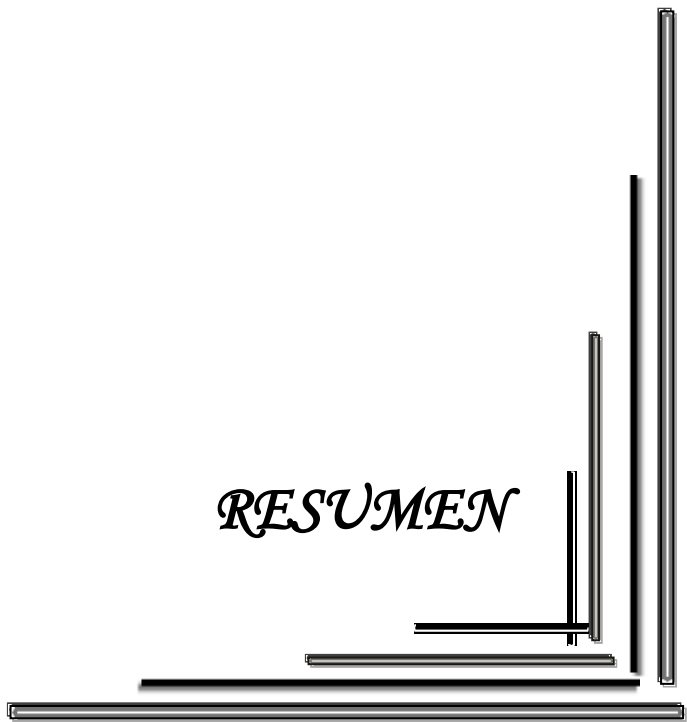
A mis amigos que han sabido apoyarme a pesar de la distancia que existe entre nosotros.

A todos aquellos que de una forma u otra contribuyó en este trabajo.

A todos Gracias de corazón.

La Autora

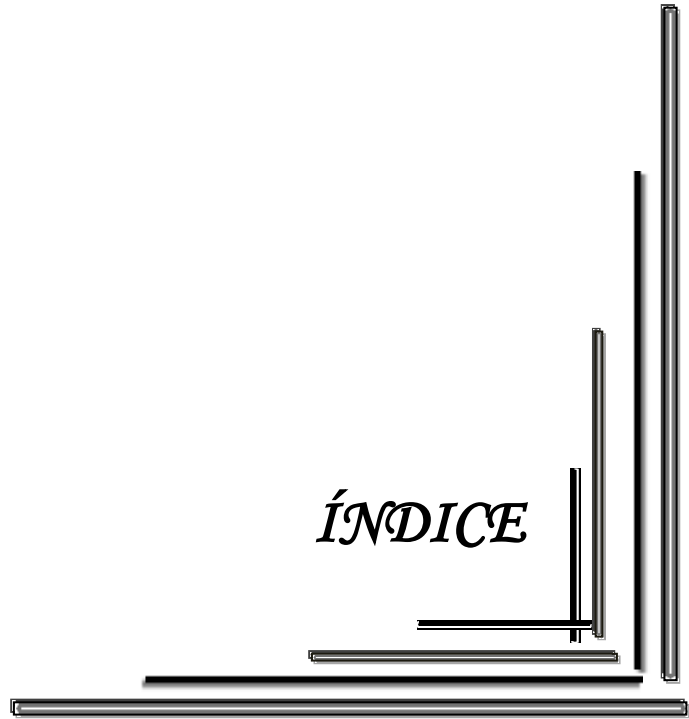
RESUMEN



RESUMEN

En el mundo, Cuba es conocida por el turismo de sol y playa; sin embargo, Cuba es mucho más: desde el punto de vista cultural, de naturaleza, de salud. El país tiene esas posibilidades distribuidas a todo lo largo y ancho de su geografía, por lo que la presente investigación se enmarca en las provincias situadas en la región central de la Isla, que constituyen un sitio de obligado tránsito para los turistas, que cada año recorren los principales destinos del país con el objetivo de contribuir al rescate y divulgación de la historia, tradiciones y folklore de estas ciudades en la esfera del turismo, mediante la propuesta de una red turística de ciudades patrimoniales que destaque los valores del centro de la isla, se analizan las características de **China como mercado emisor** y se realiza un estudio de la realidad cultural de estos pueblos, verdaderas joyas coloniales que desde el mismo momento en que fueron fundadas privilegian los recuerdos de sus cuantiosos admiradores, en este sentido cabe señalar que en Cuba el patrimonio cultural y el turismo cultural tienen mucho futuro. Siendo el turismo una actividad generadora de riqueza y la cultura una actividad que genera y representa la verdadera riqueza de los pueblos, su conjunción y su fomento serán potencialmente un instrumento para ayudar al desarrollo sostenible de las **ciudades del patrimonio** histórico cultural del centro de la isla, porque Cuba es mucho más que una playa y una palmera, es el patrimonio del mundo y la herencia de la humanidad. ***Démosle a nuestro pasado un mejor futuro.***

ÍNDICE



ÍNDICE	Pág.
INTRODUCCIÓN	6
CAPÍTULO 1. MARCO TEÓRICO Y REFERENCIAL	
DE IA INVESTIGACIÓN	14
1.1. Introducción.....	14
1.2. Generalidades del turismo.....	15
1.3. Conceptos básicos de oferta, demanda y producto turístico.....	18
1.4. Patrimonio histórico cultural como factor de producción turística.....	22
1.4.1. Recurso y producto cultural.....	24
1.5. El Turismo Cultural.....	25
1.5.1. Turismo cultural en ciudades histórico patrimonial del mundo.....	30
1.6. Desarrollo cultural sostenible.....	34
1.6.1 El turismo cultural, una solución para el desarrollo del futuro.....	35
1.7. Conclusiones del primer capítulo.....	38
CAPÍTULO 2. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN	
DEL DESTINO CUBA	40
2.1. Introducción.....	40
2.2. Análisis externo del destino Cuba.....	41
2.2.1. Análisis de la competencia.....	41
2.2.2. Caracterización del mercado internacional Chino.....	42
2.3. Análisis Interno del destino Cuba.....	47
2.3.1. Principales ofertas turísticas de Cuba.....	51
2.4. Cuba como destino turístico para China.....	53
2.5. Procedimiento a utilizar para el diseño de un producto turístico integrado.....	59
2.6. Conclusiones de segundo capítulo.....	63
CAPITULO 3. PROPUESTA DE LA RED DE CIUDADES	
HISTÓRICO PATRIMONIALES EN LA REGIÓN	
CENTRAL DE CUBA	65
3.1. Introducción.....	65

3.2. Caracterización de las ciudades históricas culturales de Cuba Central.....	66
3.3. Diagnóstico de recursos y atractivos históricos culturales de Cuba central.....	74
3.3.1 Estructura y localización de la planta turística e infraestructura de apoyo.....	78
3.4. Propuesta del producto de ciudades Histórico Patrimoniales.....	81
3.5. Conclusiones del tercer capítulo.....	88
CONCLUSIONES	90
REOMENDACIONES	92
BIBLIOGRAFÍA	94
ANEXOS	101
Anexo 1. Clasificación de las ciudades turísticas.....	101
Anexo 2. Procedimiento que se utiliza para diseño del producto.....	107
Anexo 3. Análisis de los recursos y atractivos turísticos.....	108

INTRODUCCIÓN



INTRODUCCIÓN

El turismo es un fenómeno socio-económico característico e irreversible de nuestra época, de considerable importancia en el desarrollo de la sociedad, entre otras causas por la gran cantidad de personas que en él participan y por su amplia distribución geográfica. Durante los últimos veinticinco años, este se ha consolidado como una de las principales industrias a nivel mundial. Es una de las actividades con mejores expectativas de crecimiento futuro según las previsiones de la Organización Mundial del Turismo (OMT), que considera que el año 2010 se van a triplicar el número de llegadas turísticas y a quintuplicar el volumen de los ingresos obtenidos (OMT).

Su importancia económica es tan grande que en ocasiones deslumbra con su brillo y está determinada, en parte, por su contribución a la generación de riquezas y empleo y en parte, por su importante efecto de arrastre sobre otros sectores, que le confiere un carácter estratégico de primera magnitud, además, el turismo proporciona, hoy en día, un positivo efecto en el desarrollo de infraestructuras y servicios públicos. Esto en ocasiones dificulta apreciar su verdadera esencia social, la cual, lo engendra y desarrolla, pasando por alto su aportación a la convergencia social, lo cual no es recomendable puesto que la libre circulación de turistas lleva aparejado el **intercambio de tradiciones, culturas y favorece el acercamiento de los pueblos.**

El turismo supone algo más que un desplazamiento geográfico; implica un acto de migración voluntaria, de enorme magnitud y significación en la vida de la personas, tanto para el visitante como para el visitado. Y cuando ese intercambio se produce, tal como lo expresan estudiosos del tema, estamos ante un **encuentro de culturas**. Es decir, *“la cultura receptora se esfuerza precisamente en ofrecer aquello que le es requerido, de acuerdo con su articulación en un sistema intercultural plenamente sometido a las leyes de la oferta y la demanda. Es lo diferente lo que la sociedad anfitriona sabe que debe exhibir enfáticamente, consciente de lo que se espera de ella por parte de quienes acuden turísticamente a visitarla. Estos, por su parte, no esperan en realidad nada nuevo, nada distinto de lo que han visto en las fotografías*

exhibidas en los libros o las revistas de viajes, en las postales turísticas, en los documentales de la televisión o en las películas de ficción. Han llegado hasta ahí solo para confirmar que todo lo que le fue mostrado como en sueños existe de veras".

Esto confirma que en este siglo, en una sociedad tan materialista, existen actividades tan espirituales como el turismo, ya que lo que deja son sólo sensaciones, recuerdos, imágenes. El hecho de viajar genera, por el lado de las **culturas receptoras**, la necesidad de redescubrir y fortalecer la **identidad cultural**, como así también, resignificar el patrimonio como factor de unidad. Y por el lado de los grupos visitantes, aparece una renovación por el interés hacia la cultura, la cual ha generado nuevas **modalidades turísticas**, entre ellas el **turismo cultural**.

De ahí que el turismo, el ocio y la cultura conforman la gran industria del futuro, en este sentido, hoy en día hablar de turismo es indudablemente hablar de cultura, por lo tanto podemos afirmar sin lugar a dudas que los **productos turísticos culturales** están llamados a desempeñar un papel fundamental en el nuevo milenio; ya lo hicieron el pasado, lo están haciendo en el presente y queda un importante futuro abierto ante nosotros y nuestra compleja realidad.

Si podemos afirmar que la cultura contribuye a hacernos más libres, también podemos afirmar que en estos años hemos dado un salto cualitativo hacia la libertad, por lo que las instituciones culturales identifican y valoran el vínculo con el turismo no solo como uno de los más significativos vehículos promocionales e importantes fuentes de financiamiento, sino también como un reto para el estudio de las particularidades de este desarrollo y de los mercados participantes y potenciales, en la búsqueda de soluciones que sean capaces de afrontar la dinámica y las exigencias del turismo.

Las tendencias del **turismo contemporáneo** indican que se va más a la búsqueda de experiencias enriquecedoras, a abandonar esquemas en el disfrute del viaje, los turistas quieren tener contacto con la cultura de cada país que visitan, hablar con las personas, sentir el calor humano, gozar de la acogida, exigiendo la creación de **productos turísticos integrados**, donde se respete el

patrimonio cultural de los destinos y se muestren los valores culturales de los pueblos como exponentes de su idiosincrasia y razón de ser, o sea debemos mostrarles la verdadera cultura de nuestra localidad para así enriquecerle su vida y no solo animarlo y entretenerlo.

En Cuba se mezclaron la sangre de los europeos, africanos y asiáticos con la exigua población aborigen autóctona y con otros inmigrantes de América continental. Esto dio lugar a una cultura extraordinariamente rica por su diversidad y poseedora de un extraordinario patrimonio intangible y tangible de gran atraktividad para el turista.

Las provincias situadas en la región central de la Isla, constituyen un sitio de obligado tránsito para los miles de turistas, que cada año recorren los principales destinos del país. Por supuesto que cada **ciudad patrimonial** mantiene sus características únicas, diferentes e indivisibles, pero el mercado turístico en el mundo obedece a la diversificación de los productos. Visto así, las ciudades de Cuba son altamente competitivas ya que sus ofertas culturales engloban al patrimonio histórico, al monumental, al artístico y, en muchos casos, al natural. En este sentido Cuba es, por supuesto, mucho más que una playa y una palmera, porque es el patrimonio del mundo y la herencia de la humanidad.

La investigación que sustenta la presente tesis de maestría se centra en el **mercado emisor chino**, que en los últimos años ha pasado a ocupar un lugar preponderante en cuanto a emisión de turismo convirtiéndose en uno de los más prometedores del mundo y además teniendo en cuenta los recientes acuerdos firmados entre la República Popular China y Cuba, que le conceden a **Cuba** el estatus de “**destino de preferencia**” en el continente americano en materia de arribos turísticos procedentes de esa nación y oficialmente denominado ADS, Cuba se ha dado a la tarea de buscar diversas perspectivas que le permitan un mayor acercamiento a la cultura china, meta que solo podrá cumplirse si se logra ver más allá de las barreras de la distancia, del clima, incluso de las cuestiones culturales. Se trata de profundizar en los elementos de

identidad de esta nación y así aprovechar los vínculos ya existentes con China como punto de partida para atraer a sus habitantes.

En este sentido como resultado de las ideas que se expusieron con anterioridad es evidente que es necesario diversificar la oferta turística y teniendo en cuenta que la mayor de las islas del Caribe ha despertado a lo largo de su historia la curiosidad de muchos visitantes, no solo por su hermosa naturaleza sino por su personas, su cultura; la forma de vida del cubano lo que fue en un pasado y lo que es en el presente, y el centro de la isla, es una de las zonas más ricas en cuanto a patrimonio se refiere, basta con mencionar que en ella se encuentran **ciudades centenarias** como San Juan de los Remedios, Trinidad o Cienfuegos.

Es entonces en esta nueva dimensión que ha venido tomando el turismo que el **concepto de multi - motivación** de viaje como característica general de los visitantes del presente y, cada vez más, del futuro, ha llevado a Cuba a proponerse el desarrollo de **multi-productos territoriales**. Se ha acabado la época en la que todo valía en Sol y Playa. Se trata de buscar alternativas complementarias al negocio que permitan personalizar las vacaciones del visitante sin perder dinero, y para ello es clave estructurar y sistematizar el proceso de desarrollo de nuevos servicios turísticos.

Es por esa razón por la que se define como **problema** de investigación ¿Cómo presentar las ciudades históricas patrimoniales de cuba central como producto turístico cultural para el mercado chino?

Este problema nos lleva a formular la siguiente **hipótesis**: La presentación de las ciudades históricas patrimoniales de cuba central como producto turístico cultural contribuye diversificar la oferta turística que se presenta al mercado chino. Y en correspondencia se define como **objetivo general** de la investigación: contribuir al rescate y divulgación de la historia, tradiciones y folklore de estas ciudades en la esfera del turismo, mediante la presentación de de las ciudades históricas patrimoniales de Cuba central como un producto turístico cultural que destaque los valores del centro de la isla, mostrando un estudio de la realidad cultural de estos pueblos, verdaderas joyas coloniales

que desde el mismo momento en que fueron fundadas privilegian los recuerdos de sus cuantiosos admiradores, capaces de distinguir entre los valiosos sitios patrimoniales, costumbres, tradiciones y expresiones artísticas, la hospitalidad arraigada en estas localidades.

Para el logro del objetivo general se plantearon **objetivos específicos**, siguientes:

- Evaluar los elementos culturales de las ciudades, que puedan convertirse en atractivos turísticos, destacando las características y la historia que rodean a dichos elementos así como señalar las condiciones existentes en la zona para el desarrollo del turismo, poniendo en valor la oferta de recursos culturales existente y diversificando la oferta turística a través de diversas acciones tendentes a la articulación de las mismas como un producto turístico complejo e integrado en su entorno, eliminando así la imagen de ciudades para visitar en un solo día.
- Desarrollar las distintas tipologías turísticas, a partir de la creación de productos turísticos integrados e impulsar las estrategias que incidan en el crecimiento y sustentabilidad económica, social y ambiental de los productos y empresas turísticas a través de la concienciación social de la importancia del turismo como motor generador de empleo y riqueza.
- Mejorar la posición competitiva de las ciudades de Cuba central como destino turístico de primer orden, con objeto de potenciar la actividad y el sector turístico e incrementar el empleo en el mismo a partir de la configuración de productos dinámicos y servicios turísticos de calidad, así como de su promoción y comercialización óptimas con el fin de convertir el "turismo de un día" en un turismo prolongado que genere beneficios a la ciudad.

La investigación se desarrolla mediante las **etapas** siguientes: investigación teórica sobre los aspectos relacionados con la temática objeto de estudio, construyendo el marco teórico referencial; la investigación teórica evaluando las principales potencialidades de Cuba para insertar su actividad turística en el mercado chino, las principales características de **China como mercado emisor**

de turismo internacional y resaltando el caso de Cuba, y por ultimo el diseño de un producto turístico cultural en las ciudades histórico patrimoniales de Cuba central, considerando toda una serie de recursos tanto históricos-culturales como naturales.

Para Cuba, desarrollar el turismo es, sin duda, una obligación. Pero, realizar esta actividad social y económica sin renunciar a la identidad es una obligación mayor, s necesario desarrollar un turismo que defienda los valores de manera consciente para lograr un equilibrio, donde prime lo cubano, por lo que la **novedad científica** principal consiste en la presentación de las ciudades como un producto turísticos cultural, dando la oportunidad de desarrollar la autenticidad del producto cubano irrepetible por sus valores: históricos, culturales y naturales.

El presente trabajo responde a una investigación cualitativa descriptiva utilizándose métodos teóricos y empíricos, incluyendo la utilización de técnicas:

1- Análisis interpretativo de documentos:

Estudios de mercado: realizados por el Ministerio del Turismo en los grupo de investigación que existen en las diferentes empresas a el subordinadas y las oficinas del mismo radicadas en el exterior; aportando caracterización del mercados chino y las tendencias del mismo, así como estudios del mercado en cuestión publicados en Internet realizados por la OMT (Organización Mundial del Turismo), por Canadá y artículos varios que abordan las principales características de este mercado.

Informes de la OMT, circulado por el Ministerio sobre las principales tendencias y evolución de este mercado, relacionado fundamentalmente con los principales países del continente americano que ocupan un lugar importante en sus elecciones a la hora de realizar un viaje. **Libros de Historia de Cuba** donde se recogen los principales hechos relacionados con el origen, fundación y desarrollo de las ciudades histórico patrimoniales de Cuba centra.

Normativas y regulaciones de Patrimonio y Cultura para la visita a sitios históricos y museos. **Informes** emitidos por China sobre los países que ostentan la categoría de Destinos Autorizados.

El cuerpo del trabajo estará conformado por:

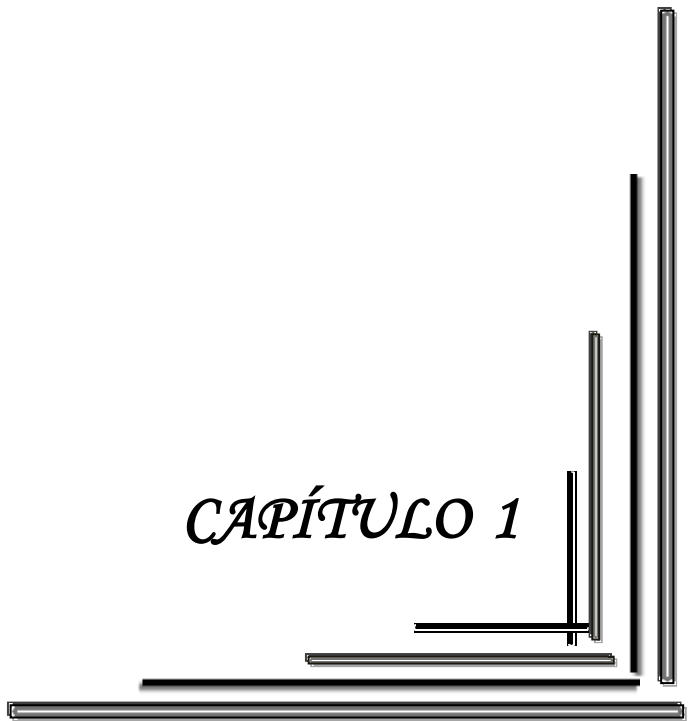
El Capítulo 1 Marco Teórico, se hace referencia al desarrollo del Turismo Cultural en el mundo con particular énfasis en la sostenibilidad como factor importante de diferenciación de un destino. **Capítulo 2** Marco Referencial se realiza el análisis de la situación externa e interna del turismo en Cuba, las principales características de china como mercado emisor; realizando un detallada caracterización del turistas chinos que eligen a Cuba como destino, definiendo de esa forma las principales ventajas y desventajas de esta para definitivamente poder convertir al gigante asiático en elemento significativo par el desarrollo futuro del turismo en la isla caribeña, y finalmente se la metodología a emplear par el diseño de un producto turístico integrado en las ciudades centrales de Cuba.

Capítulo 3 Se expone de forma detallada todo el procedimiento que se siguió para el diseño del producto.

Con estos resultados, se pudieron plantear las principales conclusiones y recomendaciones de esta investigación, por último, las referencias bibliográficas y un conjunto de anexos.

La investigación posee la **limitación** de que algunos de los estudios de mercado consultados como fuente de información no han estado lo más actualizados posible, ya que a pesar del creciente interés que ha despertado China para el mundo y en especial para Cuba, existe un gran desconocimiento de esta cultura milenario lo se convierte en un obstáculo difícil de superar debido a que para la realización de este tipo de investigaciones, con el rigor profesional requerido, y la consiguiente consecución del producto se necesita de cuantiosos recursos y facilidades para ahondar en sus gustos y preferencias, logrando que de esa forma los productos que se crean satisfagan y superen las expectativas y necesidades de estos.

CAPÍTULO 1



CAPÍTULO 1: MARCO TEÓRICO Y REFERENCIAL DE LA INVESTIGACIÓN

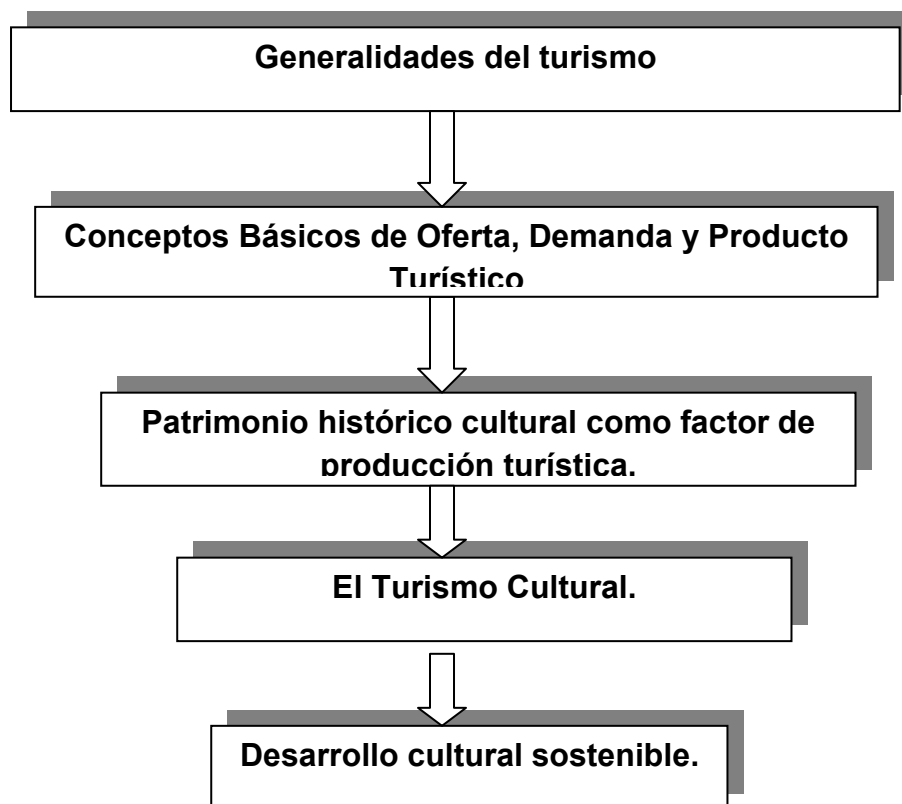
1.1 Introducción

En la actualidad, muchos de los visitantes turísticos se caracterizan por estar orientados hacia el conocimiento, el respeto y la valoración del patrimonio cultural. Por ello es indispensable que las ciudades cubanas reflexionen y promuevan el turismo que desean visite sus ciudades en función de sus intereses y ambiciones.

Hace décadas que se considera que el **turismo cultural** debe constituir, a escala mundial, uno de los medios esenciales para asegurar el equilibrio del hombre y el enriquecimiento de su personalidad dentro de una civilización en la cual el desarrollo equilibrado de las técnicas permite orientarse cada día más hacia la utilización inteligente del tiempo libre, creando las condiciones de un nuevo humanismo; además, este tipo de turismo es uno de los medios más efectivos para facilitar los intercambios y asegurar la comprensión entre los pueblos [Resolución de Oxford. ICOMOS. 1969.].

El turismo en las **ciudades patrimoniales** debe considerar aspectos importantes que mejoren la experiencia del visitante; es decir, que contemplen en su oferta elementos como la historia, la tradición, la arquitectura, la fé religiosa, la historia de las ideas y los bienes muebles e inmuebles declarados como patrimonio.

En este sentido se trabaja para crear las condiciones de un nuevo mercado turístico que se enriquezca y que enriquezca a nuestras ciudades. Un turismo reeducado en el conocimiento, el respeto y la valoración del patrimonio cultural, por lo cual se hace necesario para poder introducirnos en el estudio la temática de la actividad turística y especialmente el desarrollo de nuevos productos, el análisis teórico de varios elementos, de estudios anteriores realizados y de aportes hechos por diferentes autores, lo cual nos permitirá orientar nuestros pasos de forma adecuada a los términos que utilicemos. Para el estudio de los temas del presente capítulo se han considerado algunos aspectos inherentes al tratado básico sobre la tecnología y practica del turismo cultural, para el provecho y uso del mismo, siguiendo de esa manera el siguiente Hilo Conductor



Fuente: Elaboración propia.

1.2 Generalidades del turismo

Las definiciones en torno al turismo datan de la misma época en que este comenzó a ser parte del tiempo libre. Según la Biblia, Moisés envió a la tierra de Canaán a un grupo de representantes para informarse sobre lo que pudiera existir en ella. Este viaje de reconocimiento y exploración, fue descrito en hebreo antiguo con el sinónimo de tur. Actualmente millones de personas se desplazan sobre la mayor parte del planeta en los llamados viajes de placer. Este fenómeno da lugar a la moderna actividad lucrativa definida con el vocablo de turismo. Para los propósitos de este trabajo, el **turismo** se define como: *“el conjunto de fenómenos y relaciones económicas, psico-sociológicas y medioambientales que se generan entre las entidades vinculadas a los viajes desde el lugar emisor, las entidades proveedoras de servicios y productos en el lugar de destino, los gobiernos de los lugares emisores-receptores y las comunidades locales de acogida, con motivo del viaje y estancia de visitantes*

temporales en un destino diferente a su lugar de residencia habitual”.(Martín, 2007)

El origen del turismo, se remonta desde la actividad del hombre errante, que se desplazaba de un lugar a otro con el fin de domesticar sus animales y al intercambio de productos, dando origen al trueque. Este traslado por necesidad hace que el hombre se interese por los viajes, pero el turismo propiamente dicho, nace en el siglo XIX, como una consecuencia de la Revolución Industrial, con desplazamientos cuya intención principal es el ocio, descanso, cultura, salud, negocios o relaciones familiares. Estos movimientos se distinguen por su finalidad de otros tipos de viajes motivados por guerras, movimientos migratorios, conquista, comercio, etc. No obstante el turismo tiene antecedentes históricos claros.

Edad Antigua: En la Grecia clásica se daba gran importancia al ocio, y el tiempo libre lo dedicaban a la cultura, diversiones, religión y deporte. Los desplazamientos más destacados eran los que realizaban con motivo de asistir a los Juegos Olímpicos de la Edad Antigua (las olimpiadas son los 4 años que transcurren entre dos juegos consecutivos) en la ciudad de Olimpia), a las que acudían miles de personas y donde se mezclaban religión y deporte. También existían peregrinaciones religiosas, como las que se dirigían a los oráculos de Delfos y de Dódona. Durante el Imperio Romano los romanos frecuentaban aguas termales (termas de Caracalla), eran asiduos de grandes espectáculos, como los teatros, y realizaban desplazamientos habituales hacia Egipto y Grecia, a zonas marítimas de veraneo, a baños y sepulcros, a ciudades como Herculano y Pompeya, enterrados durante siglos bajo la lava, procedentes de las erupciones del monte Vesubio. Estos viajes de placer fueron posibles debido a que: El imperio romano dio unidad política al mundo antiguo impulsando los viajes con la creación de la vía Apia” alrededor de la cual se creó una red de caminos que se extendió hasta el sur de Italia, obviamente estos desplazamiento fuera de su lugar de origen inducían los viajes de placer y a *La ley de hospitalidad:* Cualquier viajero que acudía con un fin pacífico podía acogerse a dicha ley mediante la cual los jefes locales le brindaban alojamiento

y comida de forma gratuita. La aparición del cristianismo y su rápida expansión trajo nuevas formas de actuar con sus semejantes.

Edad Media: en este tiempo viajar fue una actividad que quedó paralizada casi por completo, puesto que era peligroso y agotador. La caída del imperio Romano supuso una interrupción a muchos de los avances que estos habían introducido, no se mantuvieron los caminos en buen estado, convirtiéndose en peligroso e inseguro, pues los ladrones acechaban para atacar a aquellos que se arriesgaban a viajar. La mayor parte de la sociedad estaba apegada a sus tierras, para muchos era inconcebibles viajar por placer. La expansión del cristianismo y el Islam trajeron conflictos entre ambos, dando lugar a las cruzadas o Guerra Santa que llevaron a decenas de miles de europeos al Oriente Medio. Posterior a las Cruzadas aparece la orden de San Juan de Jerusalén, integrada por un grupo de caballeros hospitalarios cuya finalidad era brindar protección a los peregrinos y defender los lugares santos, lo que permitió el auge del turismo religioso, al instituirse los Jubileos de Roma, de esta etapa se destaca la figura de Marco Polo veneciano que recorre diversos países que fueron divulgados por libros publicados posteriormente.

Edad moderna: En éste periodo, salen a la luz muchos inventos que favorecen al crecimiento del turismo: En 1,765 se inventa la máquina a vapor y en 1,772 el barco a vapor. En el siglo XVII, aparece por primera vez el nombre de “hotel”, para designar a un hospedaje, su origen es de la palabra francesa: hotel, que se refiere a palacios urbanos.

Edad contemporánea: Para éste periodo se continúan inventando medios de transporte que beneficiarían al turismo: En 1,886 el alemán K.F. Benz, diseña el primer coche a motor; en 1,908 Henry Ford hace el modelo T o Tin Lizzie de transporte terrestre. En el año 1,900 los hermanos Wright, inventaron el avión. En 1841, el inglés Tomas Cook, realizó un viaje con cerca de 500 personas a Leicester a un congreso anti alcohol. Posteriormente realizó más viajes con turistas por varias ciudades europeas. Por tal motivo se le conoce como el Padre de las Agencias de Viajes. Hacia 1889, el suizo César Ritz, conocido como el padre de la hotelería moderna, comienza su trabajo en hoteles de

Europa ocupando todos los puestos posibles de un hotel hasta llegar a gerente de uno de los mejores hoteles de su tiempo. Mejoró todos los servicios del hotel, creó la figura del sumiller, introdujo el cuarto de baño en las habitaciones, revolucionó la administración. (Convirtió los hoteles decadentes en los mejores de Europa, por lo que le llamaban “mago”). En 1950, después de la segunda guerra mundial, comienza el boom turístico, especialmente del turismo en masas. En el siglo XX, se produce un cambio en el turismo y este se convierte en un fenómeno social y generalizado especialmente a partir de la década del 50 cuando la burguesía media logra alcanzar la actividad que hasta este momento solo estaba reservado para la alta burguesía.

1.3 Conceptos básicos de oferta, demanda y producto turístico.

En ocasiones surgen confusiones acerca de los términos "oferta turística" y "producto turístico". **La oferta turística** puede definirse como el conjunto total de actividades indispensables para hacer posible la prestación de los bienes y servicios que se requieren para la satisfacción de las necesidades que se manifiestan en el consumo turístico. Una combinación específica de bienes y servicios, componente del conjunto anterior (oferta) es lo que se denomina producto turístico.

Dicho de otra manera: en el comercio cotidiano existe la oferta y la mercancía que se ofrece. Pues bien, en la comercialización del turismo existe la oferta y el producto turístico (la mercancía). La única diferencia está en que aquí la mercancía puede adoptar una combinación de bienes y servicios muy diversa. En ella intervienen diferentes componentes de la oferta, tales como los atractivos, los transportes, alojamiento, las comidas y bebidas, los entretenimientos y otros.

Esta oferta está representada por un grupo diversificado y heterogéneo de actividades de diferentes esferas económicas, siendo sus materias primas fundamentales los recursos naturales, artísticos y culturales.

Los componentes de la oferta turística son:

- Infraestructura general, la cual comprende los medios de comunicación, los servicios sociales y todas las instalaciones de la infraestructura técnica, necesarias para la vida en una localidad (agua, electricidad, etc.)
- La planta turística, representada por las Instalaciones receptoras destinadas al alojamiento, la alimentación y otros servicios esenciales para el turista. Infraestructura turística, constituida por aquellos servicios complementarios de los cuales hace uso el turista, como instalaciones de recreación y diversión, centros deportivos y otros.
- Servicios de recepción turística, que abarcan las agencias de viaje, oficinas de información, guías turísticos, etc.

De ello se percibe claramente la importancia de comprender a la actividad turística como un conjunto de actividades, donde la prestación del servicio es lo esencial.

Tal como lo afirma la Secretaría de Turismo de México en el documento *competitividad desarrollo de productos turísticos exitosos*: "Los turistas PAGAN por los SERVICIOS que necesitan para disfrutar de su tiempo libre (transporte, actividades, visitas) y para sobrevivir (comer, dormir) en ambientes diferentes y extraños; pero ante todo, buscan EXPERIENCIAS y UTILIDADES, y eso es lo que COMPRAN." En otras palabras, la **demanda turística** es el conjunto de productos, facilidades, atractivos, servicios y actividades que satisfacen las necesidades, anhelos, deseos y sueños del turista.

Es necesario hacer referencia al principio diferenciador que caracteriza a la demanda: cada turista o grupo de estos requiere productos y servicios cuyas características formales y de calidad difieren en uno u otro sentido; esto lleva a esbozar un segundo planteamiento: la demanda es altamente segmentada. La teoría general de planificación turística ha buscado responder a esta consideración formulando teorías como las de tipologías y morfologías turísticas, y ordenadores conceptuales que permiten su conocimiento y análisis, particularmente en el uso de estadísticas. Algunas de las taxonomías consideradas con mayor frecuencia son:

- Origen y/o destino: nacional o doméstico (local, regional, nacional) e internacional.
- Nivel de ingresos y gasto turístico: lujo, ejecutivo, económico, clase turista.
- Medio de transporte utilizado: terrestre, aéreo, marítimo, fluvial.
- Distancia al punto de destino y estadía: fin de semana, puentes, vacaciones.
- Grupos de edad: jóvenes (generación X, baby boomers), familias, adultos mayores.
- Motivación turística: naturaleza, cultura, actividades al aire libre, reposo; negocios.

El término **producto turístico**, tiene su origen en Europa Occidental a principio de la década de los 50. Aunque debe mencionarse que sus antecedentes remotos datan del año 1850, cuando Tomas Bennett, un agente de viajes inglés, crea el denominado Individual Inclusive Tour, conocido por la sigla IIT.

Hasta la fecha se han dado un sinnúmero de definiciones de "producto turístico", no obstante es válido destacar por su rigor técnico la brindada por Cárdenas (1991:15): "el producto turístico está conformado por el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen al mercado en forma individual o en una gama muy amplia de combinaciones resultantes de las necesidades, requerimientos o deseos de un consumidor al que llamamos, turista". Es decir, desde la perspectiva del turista, el "producto turístico" puede considerarse como una experiencia, en el transcurso de la cual son utilizados productos muy diversos, compuestos por una combinación específica de actividades y servicios relacionados con el alojamiento, con la alimentación, los transportes, la compra de productos locales y con las giras turísticas, paseos, deportes, recreación, etc.; que representan los posibles actos de consumo del turista.

Un aspecto que diferencia al producto turístico del resto de las mercancías, es que para disfrutarlo el turista debe trasladarse al lugar donde este se "produce". Por ello, la realización de un objetivo de viaje hacia un destino, no podrá nunca consumarse sin la presentación del producto (componente de la oferta) en condiciones apropiadas para ser vendido en los mercados emisores.

Esto significa que debe existir, además de la imprescindible promoción de los productos, una satisfactoria vinculación origen - destino - origen, así como la adecuada respuesta y seguridad a la solicitud de reservas. Sin un buen funcionamiento de este proceso inicial, no será posible obtener buenos resultados en el propósito de atraer visitantes.

Todos los elementos que componen un producto turístico estarán subordinados a los motivos de viaje (negocios, salud, familia, descanso, reuniones, etc.), de ahí las diversas posibilidades de combinar elementos de la oferta general para propiciar una demanda que, en definitiva determina el flujo turístico hacia el destino.

El producto turístico es la combinación de una serie de elementos tangibles e intangibles que sólo se reconocen al momento mismo del consumo. En la concepción de un producto turístico, de acuerdo con lo anterior, estarán incluidos elementos de los componentes siguientes:

- „Atractivos”: Elementos básicos que constituyen la motivación del viaje (recursos naturales, manifestaciones culturales y monumentos o sitios históricos).
- Facilidades: Condiciones que permiten la estancia y el disfrute de los atractivos (instalaciones de alojamiento y otros servicios turísticos, grado de urbanización, carreteras, transporte público, redes técnicas (agua, alcantarillado, electricidad) comunicaciones, servicios médicos y otros.
- Accesos: Vías y medios para llegar al núcleo receptor (transporte aéreo, terrestre, marítimo; instalaciones portuarias y facilidades de frontera el universo de bienes tangibles (atractivos naturales o creados), bienes intangibles (clima, cultura, eventos) y servicios turísticos (restaurantes, alojamiento, transporte, animación) que son ofrecidos efectivamente al turista.

1.4 El Patrimonio histórico cultural como factor de producción turística.

Vivir es ir dejando atrás en la senda andada, todo elemento heredado del decursar de nuestros antepasados, elementos que forman parte del patrimonio

cultural, material y espiritual de las naciones, pueblos y regiones poseedoras de valores incalculables. Cada mito, creencia, tradición, monumento, historia, arquitectura, arte, y hasta la acción más cotidiana, se funde en una sólida mezcla para cimentar la identidad cultural del individuo convirtiéndolo en un ser único y diferente, propietario legítimo de sus raíces y cultura

La palabra patrimonio proviene del latín. Hacía referencia a los bienes hereditarios que pasaban de padres a hijos. Tenía por tanto, una connotación de ámbito familiar. Actualmente, al hablar de patrimonio, a parte de mantener su sentido inicial, hace también referencia a los objetos tangibles y a los conocimientos que hemos heredado de nuestro pasado y que, una vez utilizados, admirados, tocados, recompuestos, etc. dejaremos al futuro. Así, podemos considerar el patrimonio como el conjunto de bienes culturales, materiales e inmateriales, que, sin límite de tiempo ni lugar, han sido heredados de los antecesores y se han reunido y conservado con el objeto de ser transmitidos a las generaciones futuras.

El patrimonio se convierte, de este modo, en un bien público cuya conservación ha de estar asegurada por los poderes públicos. Según Desvallées, el término francés “patrimoine” se distingue de “heritage” (herencia) en el que el primero expresa un concepto más amplio al incluir no solamente los bienes heredados sino también los aportados por cada generación. Sin embargo, este mismo concepto de patrimonio es equivalente del término inglés “heritage”. Podría decirse, por tanto, que es a partir de la noción de patrimonio personal y familiar, cuando dicho concepto se extiende al patrimonio colectivo durante la Revolución Francesa, dando origen al patrimonio de la nación, que en un principio estaba formado casi exclusivamente por los bienes y propiedades vinculadas a la figura del monarca, y que llegó a convertirse en sinónimo de bien público a partir del momento en que se nacionalizan los bienes del clero y de los emigrados. Va apareciendo, así, un sentimiento colectivo en el que, por patrimonio nacional, se entiende cualquier bien que exista y pueda ser considerado propiedad de la colectividad.

El concepto de patrimonio cultural, base de lo propio y autóctono, incluye tanto bienes materiales como inmateriales de la nación. Definir ambos términos de manera independiente resulta un tanto trabajoso ya que ambos se complementan formando un binomio indisoluble. El patrimonio inmaterial habita el universo de las personas, el universo de sus memorias individuales y colectivas. Las personas a su vez habitan el mundo que han ido construyendo y ordenando según la experiencia que han recibido y la que son capaces de crear, y lo pueblan de tradiciones; es decir, los seres humanos van creando su propio mundo, a imagen y semejanza de sus propios deseos, recuerdos y costumbres, en una sabia adaptación al medio natural. En tal sentido, y dado el complejo proceso de producción del patrimonio cultural, se puede afirmar que lo intangible es tan inseparable de lo monumental y de lo real como el alma del cuerpo; la llamemos como la llamemos: intangibilidad, espiritualidad, inmaterialidad, resulta una categoría innegablemente ligada a la especialidad, a las expresiones palpables de la realidad y al propio ambiente natural o urbano. De esa misma manera, las estructuras físicas y expresiones materiales pierden su sentido de autenticidad si se les vacía de contenido; patrimonio tangible e intangible conforman entonces una unión indeleble, que caracteriza los rasgos peculiares de la diversidad cultural.

Ahora bien un concepto moderno de patrimonio cultural incluye no solo los monumentos y manifestaciones del pasado (sitios y objetos arqueológicos, arquitectura colonial e histórica, documentos y obras de arte), sino también lo que se llama patrimonio vivo; las diversas manifestaciones de la cultura popular (indígena, popular, local, regional, urbana), las poblaciones o comunidades tradicionales, las lenguas indígenas, las artesanías y artes populares, la indumentaria, los conocimientos, valores, costumbres y tradiciones, características de un grupo o cultura. Este último constituye el patrimonio intelectual: es decir, las creaciones de la mente, como la literatura, las teorías científicas y filosóficas, la religión, los ritos y la música, así como los patrones de comportamiento y la cultura que se expresa en las técnicas, la historia oral, la música y la danza.

1.4.1 Recurso y producto cultural

La idea de patrimonio y la misma idea de patrimonio o bien cultural nos sugieren que estamos ante algo de valor. Valor en el sentido de valía, es decir, de percepción de cualidades estimables en una cosa, no de valor en un sentido lucrativo o especulativo. Se trata, pues, de un concepto relativo sometido a las circunstancias de la percepción y del comportamiento de las personas y, por lo tanto, dependiente de un marco de referencias intelectuales, históricas, culturales y psicológicas que varían con las personas y los grupos que atribuyen valor.

Cuando este patrimonio se estructura para su uso y disfrute, se convierte en producto cultural. Se entiende por producto cultural aquel recurso en el que se puede realizar una actividad (visitar, asistir, participar, estudiar, comprar, comer) porque está formulada una propuesta de accesibilidad al mismo (temporal, espacial y económica).

Un recurso en el que la propuesta no está definida previamente por el propietario o gestor del recurso, no se considera producto, pues no es posible el uso y disfrute por parte del público.

Cuando el producto se promociona fuera de su localidad, se convierte en una oferta cultural, que es un producto cultural promocionado mediante un programa de actuaciones de comunicación, generales o específicas, dirigidas a un público (publicidad, folletos, libros, Web,...).

Cuando se realizan sólo acciones de promoción “in situ”, se considera como producto cultural y no como oferta cultural.

El público atraído por el producto y la oferta, realiza el consumo cultural. Se entiende por consumo cultural la realización, por parte del público, de la actividad propuesta en el producto cultural.

Todo lo anterior ratifica el hecho de que las posibilidades de utilización de los recursos y productos culturales como atractivos turísticos sean amplias y muy variadas, por lo que es necesario mostrar la diversidad de los recursos culturales con algunos ejemplos de clasificación de estos.

Los diferentes consumidores culturales pueden clasificarse según varios criterios. Un criterio, generalmente aceptado es el de considerarlos a partir del origen de los mismos, surgiendo la siguiente clasificación:

➤ Residentes

➤ Visitantes:

-Excursionistas, que visitan el lugar sin pernoctar en él.

-Turistas, viajeros que pernoctan en el lugar. Dentro de estos se pueden encontrar diferentes tipos: negocios, congresos, incentivos, vacacionales y por supuesto turistas culturales.

1.5 El Turismo Cultural.

El turismo siempre ha tenido un aspecto cultural. Gran parte de los viajes que se han realizado a lo largo de la historia y que en la actualidad se pueden vincular al turismo, estaban motivados por la visita lugares en los que podían encontrarse manifestaciones de interés artístico o histórico; pero también grupos de individuos perteneciente a las denominadas “otras culturas” o “culturas exóticas”. Este viajar y conocer otros lugares y otros individuos, ayudó a difundir elementos pertenecientes a las formas de vida de unos y otros individuos, ayudó a difundir elementos pertenecientes a las formas de vida de unos y otros individuos, ayudó a difundir elementos pertenecientes a las formas de vida de unos y otros individuos, ayudó a difundir elementos pertenecientes a las formas de vida de unos y otros, es decir, de viajeros y nativos.

Es por esto que el turismo cultural es uno de los medios más importantes para el intercambio cultural, al ofrecer una experiencia personal enriquecedora no sólo sobre lo que pervive del pasado, sino también acerca de la vida actual de otras sociedades por lo que es cada vez más apreciado como una fuerza positiva para la conservación de la Naturaleza y de la Cultura. La riqueza del patrimonio artístico, histórico y cultural de los pueblos hace que tenga en ellos enormes posibilidades de desarrollo. El Turismo Cultural se define como "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". Para la I Carta Internacional del Turismo Cultural del ICOMOS: "El Turismo Cultural es el que tiene por objeto, el descubrimiento de los sitios y de los monumentos. Ejerce sobre éstos un efecto positivo considerable en la medida en que, persiguiendo sus propios fines, contribuye a mantenerlos en vida y a protegerlos. En efecto, esta forma de turismo justifica los esfuerzos que ese mantenimiento y esa protección exigen de la comunidad humana, debido a los beneficios socio-culturales y económicos que resultan para el conjunto de las poblaciones implicadas.

En realidad el turismo siempre ha tenido un aspecto cultural. Gran parte de los viajes que se han realizado a lo largo de la historia, y que hoy en día podemos vincular a los inicios del turismo, estaban motivados por la visita a lugares en los que podían encontrarse manifestaciones de interés artístico o histórico; pero también grupos de individuos pertenecientes a las llamadas otras culturas o culturas exóticas. Este viajar y conocer otros lugares y otros individuos, ayudó a difundir elementos pertenecientes a las formas de vida de unos y otros, es decir, de viajeros y nativos.

Es válido señalar que en estos inicios, los sistemas de transmisión de información eran lentos. Generalmente quienes resultaban más influenciados por las visitas por una parte, eran los autóctonos en contacto directo con los foráneos: intérpretes, guías, comerciantes, etc., y por otra parte y en sentido inverso, los círculos más próximos a los viajeros: familiares y amigos; aunque en ocasiones los viajes se narraban de forma literaria y aumentaba el número de individuos que participaban de esa influencia. Por tanto en esos primeros contactos, que en cierto modo ya podríamos considerarlos vinculados al turismo cultural, realmente eran muy pocas las personas que participaban en la actividad y generalmente guardándose las distancias entre los grupos autóctonos y los visitantes, estos últimos revestidos, casi siempre, de un cierto aire colonialista.

Según estudiosos del tema será en el siglo XX cuando el desarrollo del turismo hará que se entre en relación con el patrimonio, como una forma de afirmar la

propia identidad. Al aparecer el interés por los sitios antiguos y naturales, surge la necesidad de poner en marcha infraestructuras hoteleras, a fin de poder cubrir las necesidades de acogida de los numerosos visitantes. Al mismo tiempo, los estados empiezan a comprender el papel que les corresponde en el desarrollo del turismo cultural.

Es así que el turismo cultural va evolucionando con el paso del tiempo, adquiriendo dimensiones antes desconocidas, y constituyendo, hoy en día, un segmento turístico en expansión, convirtiéndose en un importante protagonista de la recuperación urbanística, arquitectónica y funcional de nuestras ciudades. Un producto turístico en el que los consumidores, buscan un contacto más directo con el patrimonio y la cultura, que constituye una fuente directa e indirecta de empleos, proyecta una imagen positiva y contribuye al atractivo territorial. A este respecto, el turismo cultural contribuye a dotar a los proyectos culturales de un carácter más concreto y da buena prueba de los beneficios económicos que pueden sustraerse del mismo.

Pero ha sido recientemente cuando se ha comprendido la importancia del turismo en general y del turismo cultural, en particular. Y es precisamente, en estos momentos cuando las Comunidades Autóctonas están efectuando una activa planificación del turismo que tiene por objetivos que el número de turistas aumente, que permanezcan más tiempo en la ciudad, que aumente su gusto turístico y que su experiencia turística sea óptima para que regresen.

En una ciudad turística, el patrimonio cultural hay que considerarlo como un elemento más de los ingredientes del producto turístico. Como se ha expresado, “vender el pasado en sus diferentes formas es uno de los principales reclamos de marketing turístico”. Sin embargo, en una idea la de, conscientemente, “poner en valor” todo este patrimonio tanto material como inmaterial.

La cultura invade los ámbitos social y económico, cumpliendo una importante función ante los nuevos desafíos de la comunidad. El sector cultural debería explotarse aún más, con el fin de reforzar y diversificar el potencial de desarrollo local y regional, tanto de las regiones menos favorecidas, como de aquellas

afectadas por los cambios estructurales. Puesto que a menudo la cultura se trata independientemente de otros factores de desarrollo, será útil considerarla cada vez más como un elemento de pleno derecho de las estrategias de desarrollo local y regional del mercado laboral.

La Comisión Europea señala la triple importancia de la cultura para el desarrollo regional como:

1. Fuente de empleo;
2. Factor decisivo para la localización de nuevas inversiones;
3. Papel positivo en la promoción de la integración social, contribuyendo así a la cohesión social.

Por un lado, la cultura y el turismo cultural poseen un potencial intrínseco para la nueva creación de empleo; forma parte de lo que hoy se conoce como los nuevos yacimientos de empleo. Se renuevan las profesiones y oficios artesanales (cantería, estrucados, forjas, carpintería, etc.) y se desarrollan nuevas especialidades (especialistas de conservación y rehabilitación del patrimonio, personal con alta calificación científica en materia de arqueología, etnología o historia del arte).

Por otro lado la valorización del patrimonio contribuye a desestacionalizar la actividad turística ya que su calidad e importancia tiene la capacidad suficiente para generar una demanda de visitas propias configurando un producto turístico específico que puede extenderse de forma más homogénea durante el resto del año. En este sentido, la cultura supone un valor añadido para el turismo.

De forma resumida se puede afirmar que el turismo cultural:

- Facilita la aparición de nuevos productos.
- Permite el establecimiento de formas de aprovechamiento turísticos no sometidas a ciclos estacionales.
- Ofrece posibilidades de desarrollo de nuevos destinos y consumos complementarios a los destinos tradicionales.
- Responde a la creciente segmentación de la demanda.
- Satisface necesidades vacacionales de corta duración y reducido costo.
- Proporciona mayor satisfacción a segmentos de demanda activos.

- Añade valor a la experiencia turística.

Es obligado reconocer como se había dicho con anterioridad el crecimiento notable del turismo cultural en los últimos tiempos, entre las causas que lo justifican están:

- Fragmentación de los períodos vacacionales.
- Aumento del turismo de corta duración y de fin de semana.
- Nuevas pautas de la demanda turística en las que prima el individualismo en la experiencia turística y un mayor nivel de exigencia por parte del turista.
- Aumento de la motivación cultural como motivación secundaria.
- Renovada atracción y motivación por los recursos patrimoniales y urbanos, los eventos culturales y la amplia variedad de actividades de ocio y diversión.
- La turistificación del paisaje urbano.

1.5.1 Turismo cultural en ciudades histórico patrimoniales del mundo

Una de las formas más claras de interacción entre el turismo y el patrimonio tangible es el uso de edificaciones, plazas, sitios y conjuntos de alto valor histórico cultural para la actividad turística en cualquiera de sus manifestaciones. En este sentido Las ciudades son y han sido siempre, los principales escenarios de intercambio cultural entre diversas naciones. Su protagonismo en el desarrollo de la vida del hombre les otorga un lugar cimero en sus proyectos de vida, esta actúa como elemento promotor de transformaciones y cambios.

La ciudad se constituyó en el centro de las actividades y manifestaciones de la humanidad; su patrimonio es un legado para las futuras generaciones, que responde a la forma de vida, los ideales y los valores de una sociedad, y qué, es considerada un testigo insobornable de la historia.

Las antiguas ciudades, los centros históricos, su patrimonio, y las nuevas metrópolis, han sido razón del turismo en volúmenes crecientes; ciertos grupos lo realizan con frecuencia; se considera una pausa a la rutina y una actividad gratificante. El turista, en su visita, quiere disfrutar, contemplar y comprender; a

veces el turismo cultural es el motivo principal de su viaje, o bien complemento de un viaje con otros propósitos, y unas más frente al desconocimiento y el descubrimiento, obliga a reflexionar. Su heterogeneidad ha contribuido a la gran diversidad y originalidad de las ofertas turísticas. Ellas son, si lugar a dudas, el motor impulsor de la actividad turística en el actual milenio.

Las ciudades organizan el espacio turístico y constituyen al mismo tiempo focos turísticos en sí mismas. Una de sus originalidades, es la de beneficiarse de una afluencia más escalonada durante el año, fragmentada en estancias de corta duración. Los intereses intrínsecos de las ciudades (naturaleza e importancia de los monumentos, ambiente general, posibilidad de excursiones complementarias) son, junto con la calidad los accesos y las posibilidades de alojamiento, los motivos de elección de los turistas. El tamaño de la ciudad y la importancia del turismo en relación con otras actividades permiten llevar a cabo una clasificación entre las diferentes ciudades turísticas.

Estas han sido clasificadas de diferentes formas y divididas en varios tipos para facilitar el estudio de las mismas y el planeamiento y diseño de las ofertas turísticas. La clasificación que se expondrá para los fines de esta tesis de maestría es la ofrecida por Alain. M. y Pierre Bloc-Durauffour, en su libro “Geografía del Turismo en el Mundo” y que será recogida de forma detallada en el anexo 1.

Por su gran relación con el Turismo Cultural las **ciudades históricas** deben tener un tratamiento especializado. Samuel Jonson ve a las ciudades históricas como aquellas donde el turista llega de noche al otro día la recorre en la mañana y se marcha a otro lugar con una gran confusión de recuerdos de iglesias y palacios (Echarri, Chávez, Maité; Salinas, Chávez, Eduardo. Turismo de Patrimonio en el Centro Histórico de la Habana). Estas han encontrado en el Turismo Cultural el espacio donde ser ellas mismas, el galán al que les mostrarán sus más preciados tesoros, o simplemente al atrevido y aventurero forastero que se adentrará en los lugares donde nadie se ha atrevido a llegar. El Turismo Cultural y las Ciudades Históricas, son sin lugar a dudas un feliz matrimonio, con sus altas y sus bajas pero con tal grado de compenetración

que cualquier elemento que rompa con su armonía provoca irremediablemente la muerte de uno de los dos.

En este sentido el turismo cultural juega un papel muy importante, al constituirse como uno de los medios más importantes para el intercambio cultural, al ofrecer una experiencia personal enriquecedora no sólo sobre lo que pervive del pasado, sino también acerca de la vida actual de otras sociedades por lo que es cada vez más apreciado como una fuerza positiva para la conservación de la Naturaleza y de la Cultura. La riqueza del patrimonio artístico, histórico y cultural de los pueblos hace que tenga en ellos enormes posibilidades de desarrollo.

A lo largo de los siglos, el hecho de viajar, motivado por la necesidad, el placer, la curiosidad o la religiosidad, ha llevado a muchas personas a ir de un sitio a otro descubriendo gentes, paisajes y costumbres nuevas.

De un tiempo a esta parte, el turismo urbano se ha venido constituyendo como una de las modalidades de turismo de más alta expansión en el contexto de los núcleos urbanos donde se centra su práctica. El cúmulo de atractivos disponibles, en su mayoría de carácter histórico/cultural y artificial de numerosas urbes a nivel internacional, ha ido generando un “atractor” lo suficientemente poderoso como para impulsar el desplazamiento permanente de flujos de visitantes deseosos de vivir la experiencia de una “inmersión” en el amplio abanico de actividades que ofrecen las grandes ciudades, fruto de su evolución y del sello particular que sus propios habitantes le han ido otorgando a lo largo del tiempo .

Todo lo anterior ratifica el hecho de que las posibilidades de utilización de los recursos y productos culturales como atractivos turísticos sean amplias y muy variadas, por lo que es necesario mostrar la diversidad de los recursos culturales con algunos ejemplos de clasificación de estos.

Así, por ejemplo la ECTARC (European Centre for Traditional and Regional Cultures) tipifica los recursos culturales de la forma siguiente:

- Lugares arqueológicos y Museos.
- Arquitectura (ruinas, edificios famosos, ciudades completas).

- Arte, escultura, artesanía, galerías, festivales, acontecimientos.
- Música y danza (clásica, folklórica y contemporánea).
- Drama (teatro, cines y otros similares).
- Estudio de lenguas y literaturas, circuitos y acontecimientos en este campo.
- Festivales religiosos, peregrinaciones.
- Culturas o subculturas completas (folklóricas o primitivas).
- Acontecimientos.

Otra posible clasificación, es la presentada por la OEA (Organización de Estados Americanos), la cual divide los recursos en categorías, tipos y subtipos:

1. Museos y manifestaciones culturales

- Museos
 - Pintura, escultura, arte decorativo, arquitectura, realizaciones urbanas
- Lugares históricos
- Ruinas y lugares arqueológicos

2. Folklore

- Manifestaciones religiosas y creencias
- Ferias y mercados
- Música y danza
- Artesanía y artes
 - Alfarería, tejidos e indumentaria, metales, cueros, etc.,
- Arquitectura popular

3. Realizaciones técnicas, científicas y artísticas contemporáneas

- Explotaciones mineras
- Explotaciones agropecuarias
- Explotaciones industriales

4. Acontecimientos programados

- Artísticos
 - Musicales, teatrales, festivales de cine
- Recreativos
 - Fiestas populares y religiosas
- Otros

- Ferias y exposiciones, mercados, etc.

Es así que el turismo cultural ha ido evolucionando con el paso del tiempo, adquiriendo dimensiones antes desconocidas, y constituyendo, hoy en día, un segmento turístico en expansión, convirtiéndose en un importante protagonista de la recuperación urbanística, arquitectónica y funcional de nuestras ciudades. Un producto turístico en el que los consumidores, buscan un contacto más directo con el patrimonio y la cultura, que constituye una fuente directa e indirecta de empleos, proyecta una imagen positiva y contribuye al atractivo territorial. A este respecto, el turismo cultural contribuye a dotar a los proyectos culturales de un carácter más concreto y da buena prueba de los beneficios económicos que pueden sustraerse del mismo.

Pero ha sido recientemente cuando se ha comprendido la importancia del turismo en general y del turismo cultural, en particular. Y es precisamente, en estos momentos cuando las Comunidades Autóctonas están efectuando una activa planificación del turismo que tiene por objetivos que el número de turistas aumente, que permanezcan más tiempo en la ciudad, que aumente su gusto turístico y que su experiencia turística sea óptima para que regresen.

En una ciudad turística, el patrimonio cultural hay que considerarlo como un elemento más de los ingredientes del producto turístico. Como se ha expresado, *“vender el pasado en sus diferentes formas es uno de los principales reclamos de marketing turístico”*. Sin embargo, es una idea la de, conscientemente, “poner en valor” todo este patrimonio tanto material como inmaterial.

1.6 Desarrollo cultural sostenible.

Hablar de **ecosistemas** nos recuerda la convivencia generacional de las especies, por solo mencionar un elemento. Decir hombre, ser humano, nos enseña que el mismo se desenvuelve además en otro **sistema** que logra desarrollarse como un organismo vivo y que nunca ha dejado de estar en mutua relación con el **ecosistema** donde vive y se multiplica el hombre como especie.

Este es el sistema cultural, todo lo creado por el hombre, no solo material sino también espiritual y al igual que los ecosistemas, es plural, y se permite nuevos saltos de desarrollo o degradación, atendiendo a la forma en que el hombre lo desarrolle y tenga en cuenta.

Los procesos de transculturación dados en el mundo, han permitido conocer que algunos aspectos de una cultura específica perduran como símbolos de la historia de los pueblos, se habla de las tradiciones, de los elementos creados por el hombre, etc.

Pero una cultura real y posible no sobrevive sola, si el hombre no es capaz de lograr la sostenibilidad de la misma. Una sostenibilidad que permita mantener la cultura e identidad de los pueblos y a su vez logre un desarrollo económico que eleve y favorezca la calidad de vida de los pobladores. Solo un desarrollo cultural sostenible podrá permitir la persistencia de la diversidad.

La gestión y conservación de los recursos culturales, la Reconceptualización del desarrollo como herramienta productiva y progresiva en los asuntos económicos y sociales podrá fomentar la protección del medio cultural. Para lograrlo deben tenerse en cuenta las diversas necesidades existentes, los recursos, la capacidad de carga y de renovación, la persistencia en el tiempo de estos recursos, etc.

El desarrollo cultural sostenible es aquel que da la posibilidad a cada ser humano a poder consentir el cuidado, la conservación, y la gestión de su patrimonio y el que le rodea, para vivir con cierto decoro. Es un desarrollo encaminado al desafío de los gobiernos locales y nacionales, en la planificación de sus economías y políticas culturales para garantizar un crecimiento económico con equidad y sustentabilidad.

1.6.1 El turismo cultural, una solución para el desarrollo del futuro

Potenciar el turismo cultural, no quiere decir que su conversión en productos sea factible sin esfuerzos, y sobre todo sin inteligencia. La materia prima, el potencial, por mucho valor intrínseco que posea, no es por si mismo un bien comercializable para que una cueva, una fortaleza antigua, o una fiesta local,

sean productos turísticos, hay que volverlos aptos para el mercado, y por ello significa gastos de inversión en infraestructura y servicios, promoción, investigación y formación. Pero la voluntad de transformar debe ser simultánea a la adecuación de la actividad turística con la necesidad de los visitantes y de los anfitriones.

De ahí el valor que damos a la cultura como parte indisoluble de nuestra identidad y como forma viable de explotar su amplio espectro para mostrar al mundo las especificidades de nuestros pueblos, que es la expresión más genuina de la cultura.

En este sentido la importancia del Patrimonio Cultural radica en la gente, involucrada con un pasado histórico que se relaciona con nuestro presente común, con sus problemas, con sus respuestas.

El patrimonio es la fuente del cual la sociedad bebe, para existir y recrear el futuro de la Nación; Planificar realmente nuestra instrucción, siendo analíticos y críticos más que memorísticos y estáticos, con una planificación coherente con nuestras verdaderas necesidades y de hecho con bastante trabajo, es una de las tareas pilares para la construcción de la Identidad Nacional.

El desarrollo del turismo requiere de un plan de puesta en valor y resguardo de bienes para que estos adquieran carácter público. Existe, en el discurso, acuerdo sobre la importancia del patrimonio y su vinculación con las posibilidades del turismo como herramienta a favor del desarrollo local sostenible.

Es conocido el hecho de que muchos pobladores locales conviven durante gran parte de su vida con su patrimonio, sin ni siquiera saberlo, por lo cual su conducta de agresión hacia el mismo no puede ser castigada ya que se efectúa sin intención.

También existen casos de personas que conocen el origen, pero que ignoran su valor, para ellos solo se trata de cosas viejas, que a través de los años tal vez algunos suelen recordar.

Para este tipo de situación se piensa en la concientización (entendiendo por concientización al trabajo de divulgación y extensión de los conocimientos

científicos, por parte de la comunidad universitaria que realiza investigaciones en el territorio que comprende el patrimonio hacia la comunidad local, con el asesoramiento de personal idóneo en tareas de ese tipo) como una forma de contrarrestar el efecto negativo que implica el ejercicio de la ignorancia sobre las potencialidades de desarrollo científico y económico que encierra el patrimonio. En este sentido se necesitan acciones complementarias, por ejemplo: el trabajo de difusión y extensión del conocimiento adquirido ya mencionado.

Es por ello que el turismo cultural no es una panacea de todos los problemas, ni tampoco un nuevo mecanismo para atraer nuevos turistas y, por consiguiente, más dinero. *Constituyen una oportunidad para que anfitriones y turistas conozcan y entiendan mejor nuestro mundo para convertirlo en un espejo de nosotros mismo, para desarrollar nuestros gustos y emociones ... nos lleva a una mejor calidad de vida mediante el alojamiento de nuestra vida cotidiana, paisajes y experiencias turísticas.*

Cierto es que el turismo cultural puede revitalizar las antiguas tradiciones y componentes culturales y adaptarlos a la nueva situación. Sin embargo, una comunidad puede desaparecer en el anonimato si el producto no es notable, y diferenciador, sin contar que la actividad turística puede provocar la inflación de los precios, estimular la competencia en relación con los recursos y la intromisión en la vida privada de los residentes, así como una destrucción paulatina del patrimonio natural y cultural.

Por ello las estrategias y políticas que alientan el mantenimiento y acrecentamiento de los recursos culturales deben incluir un fuerte comportamiento educacional, participación de la comunidad, directrices de conservación y códigos de ética incluso para el visitante.

En la comunidad estas políticas sostenibles deben arraigarse entre los principios básicos, ideas y características de una cultura local en particular y no verse como un producto rentable.

Para ello el paso previo es reconocer que es en lo local donde se producen las grandes acciones culturales de creación, conservación e innovación, y que

desde lo local, por tanto, desde donde se deben impulsar las acciones de promoción de la cultura en todas sus vertientes.

En definitiva, conseguir que el mero recurso turístico se convierta en producto turístico. Todo ello se debe abordar desde un enfoque claro y definido, tanto por su interés intrínseco, concitar el interés de la demanda teniendo en cuenta un factor que nunca deberá ser minusvalorado, cuál es la protección, de forma que bajo ninguna circunstancia, un uso turístico inadecuado pusiera en peligro la conservación del recurso.

Constituye de gran importancia mencionar que en Cuba antes del triunfo de la Revolución, el Estado no se ocupaba de la conservación de estos bienes patrimoniales, solo existían algunos individuos e instituciones privadas que por iniciativa propia se encargaban, de forma parcial o aislada, de esta tarea.

No es hasta el triunfo de la Revolución, cuando se posibilita un cambio esencial en este sentido. Casi de inmediato se toman medidas para la recuperación y conservación del patrimonio cultural. En 1963, se crea la Comisión Nacional de Monumentos y comienza su labor de rescate, restauración y conservación de nuestro patrimonio en toda la isla. En 1977 la Asamblea Nacional del Poder Popular, dictó la Ley 1 sobre protección del patrimonio, así como la Ley 2 sobre los Monumentos Nacionales y Locales. Por medio de ellas se establecieron las medidas de control de los bienes culturales que integran el patrimonio, y las disposiciones legislativas para su conservación.

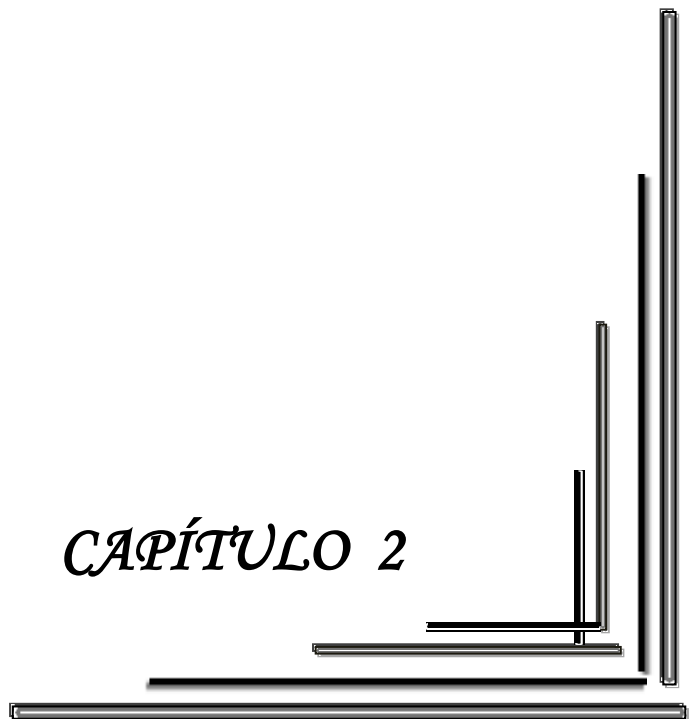
1.7 Conclusiones del primer capítulo

De la investigación bibliográfica realizada para elaborar el marco teórico – referencial de la investigación se concluye que:

1. El **turismo cultural** es la modalidad de turismo que se basa en la utilización de los recursos culturales de un territorio (recursos artísticos, históricos, costumbres, etc.) orientándose hacia la preservación y fomento de los mismos. Desde un sitio hasta una gran ciudad pueden constituir el ámbito de desarrollo de esta forma de turismo.

2. El **patrimonio cultural** en las ciudades históricas, es uno de los recursos clave de estas. Hay que lograr que pase de patrimonio cultural a recursos turístico, integrándolo en estrategias de recuperación urbana.
3. Es necesario definir las **estrategias de atracción turística** con base en el beneficio material y espiritual de los recursos culturales, partiendo de la idea de que los centros históricos deben ser espacios vivos y habitados, conciliando de esa forma los intereses públicos y privados, pero con absoluto respeto al patrimonio.
4. Las autoridades locales tienen que convertirse en entes promotores, precursores, alentadores del turismo cultural, que propicien las acciones en materia de políticas públicas, gestión de recursos financieros, obra pública y fomento a la cultura para enriquecer la vida de los habitantes de las ciudades y por ende, de los visitantes.
5. En la actualidad posee vital importancia la conservación y protección del patrimonio cultural de cada localidad de manera particular, debido a que constituyen fuentes valiosas de conocimiento y son expresión elocuente de nuestro acontecer humano, por lo que resulta necesario conocerlas de cerca y poder apreciar directamente sus características; enriqueciendo de esa forma nuestra experiencia cultural y estética, de ahí que para acometer todas estas acciones y otras es necesario coordinación, cooperación, concentración entre las distintas administraciones públicas y el sector turístico.

CAPÍTULO 2



CAPÍTULO 2. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN DEL DESTINO CUBA

2.1 Introducción

Las estadísticas globales del turismo califican a esa industria de revitalizadora de las economías, en el caso de Cuba desde hace varios años el turismo se ha consolidado como la actividad más dinámica de la economía, y aunque los atentados terroristas del 2001 en Estados Unidos y la siguiente ola de preocupaciones para la industria del ocio limitaron la afluencia de viajeros, el país logró una rápida recuperación y en la actualidad mantiene saludables indicadores de crecimiento.

En la empresa turística actual existe una especial preocupación por seleccionar estrategias de marketing dirigidas a combinar o armonizar los componentes de un producto con el objetivo de ofertar un conjunto particular de beneficios para el consumidor. La planificación y desarrollo de este mix de atributos tangibles e intangibles constituyen la estrategia de productos, la oferta de productos que la empresa pone al alcance del mercado. Su éxito requiere una investigación pormenorizada de todos los componentes de un producto, decidir que aspectos potenciar representa la dimensión creativa de la estrategia de productos.

Uno de los problemas con que cuentan los llamados países de acogida, como Cuba, es que se especializan en producir servicios con las técnicas para turistas, o sea, se ofrece solo la oferta “básica” al mismo nivel que la producción de artículos de consumo final en los demás sectores productivos.

Esto expresa la necesidad de abordar por Cuba una estrategia general de desarrollo turístico que no se limite solo a producir servicios intermedios sino que se atreva a pasar al desarrollo de sus propias técnicas (ingeniería turística) utilizando tecnología y capital propio. Es en esta nueva realidad donde entra a desempeñar un papel importante el desarrollo turístico planificado que presupone un repensar de las actuaciones de los diferentes actores económicos y sujetos sociales del destino.

Con este propósito se desarrolla en el siguiente capítulo el diagnóstico de la situación del destino Cuba, detectando de esa forma sus potencialidades para

la captación del mercado chino, así como se plantea el procedimiento a utilizar para el diseño de productos turísticos integrados.

2.2 Análisis externo del destino Cuba

Los implicados son un factor importante en el desarrollo del proceso estratégico, pues estando este compuesto por empresas y organismos de distinta índole que cumplen, todos ellos una función específica en el proceso de comercialización y prestación de de servicios así como de soporte a las actividades y pueden incidir positivamente o negativamente en el logro de los objetivos y la misión, pasando a la categoría de barreras cuando incidan negativamente.

2.2.1 Análisis de la competencia.

En esta etapa se definen de forma general aquellos destinos que, por tener características similares al destino Cuba, pudieran suponer una clara alternativa. Es importante destacar que un destino competidor no se establece por similitudes en cuanto a los atractivos, dependerá de cada mercado objetivo escogido.

En la actualidad, es cada vez más habitual que la competencia deba ser definida en base en base a productos y no en base a conceptos genéricos.

En este orden de ideas, una empresa competitiva lo es, si funciona en un entorno competitivo. Una empresa turística lo es, si el destino lo es. La competitividad es necesariamente no-individual, es global, es integral.

El turismo constituye hoy el sector más importante y la principal fuente de ingresos de divisa de los países latinoamericanos. Las atractivas playas, su clima ideal y sus culturas, han puesto a estos países en ventajas sobre los demás destinos turísticos. China como mercado emisor no ha estado ajena a esta realidad y estos paradisiacos destinos se han ido convirtiendo en foco de atención para los viajeros de estos países.

En el caso de Cuba los principales competidores que esta tiene son aquellos países a los que China le ha otorgado el estatus de Destino Autorizado

Hasta principios del año 2004 sólo Cuba tenía dicho estatus en América Latina, el cual tardó casi diez años en conseguirlo.

En el año 2004 tanto México como Chile han obtenido la autorización para recibir turistas de nacionalidad china, en un plazo comparativamente menor. Sin duda que la existencia de intercambio comercial de estos países con China ha favorecido este objetivo. Hasta ahora, aproximadamente 22 países y regiones han recibido el Estatus de Destino Aprobado (EDA) del gobierno chino y ese número se incrementa. Muchos países que han solicitado el EDA expresando la esperanza de compartir la prosperidad de la nación más poblada del mundo. En el caso de América, Brasil y Argentina han negociado la obtención de la calidad de Destino Autorizado.

2.2.2 Caracterización del mercado internacional Chino.

Debido a su doble condición de nación más poblada del mundo y, a la vez, de mayor crecimiento económico, el mercado turístico chino genera un enorme interés internacionalmente. Con una población de más de 1,3 billones de personas, en la próxima década China, como ningún otro país, tiene el potencial necesario para ejercer una mayor influencia en el desarrollo del turismo mundial.

El “turista cultural” o de nicho en sí mismo es un tipo de persona peculiar. Tiende a sentirse comprometido con el entorno, es de mente abierta políticamente y muy respetuoso de las diferencias culturales. Viaja con frecuencia, posee un grado alto de escolaridad y aporta una energía intelectual e interactiva a sus encuentros con otras personas. No compra souvenirs, prefiere la artesanía local, tratando de familiarizarse con su creador y el procedimiento utilizado. No objeta el tener que utilizar medios modestos de transportación si estos los llevan a lugares interesantes y tampoco objetan alojarse en hoteles pequeños y modestos, siempre y cuando estén limpios. También están dispuestos a gastar su dinero cuando obtengan a cambio el valor esperado. Son clientes refinados que aman la excelencia, tienen un gusto marcado por lo auténtico y no toleran la mediocridad.

Los viajeros nicho viajan en grupos pequeños, gastan una buena suma de dinero y se van. Como grupo son altamente codiciados en los contextos generalmente frágiles de los sitios patrimoniales mundiales. Pero la satisfacción de estos turistas requiere no solo de un trabajo paciente por parte de los trabajadores dedicados a su conservación, sino también necesita de la experiencia de expertos en turismo que brinden el servicio de calidad que demanda este tipo de mercado.

Teniendo en cuenta todo lo expresado con anterioridad referente a los turistas interesados en el conocimiento de la cultura y los recientes acuerdos firmados entre la República Popular China y Cuba, que le conceden a nuestro país el estatus de “destino de preferencia” en el continente americano en materia de arribos turísticos procedentes de esa nación y oficialmente denominado ADS; a continuación reseñamos brevemente las principales características de tan importante mercado.

- El turista chino es un viajero de larga distancia, por lo tanto el primer viaje lo hace a un circuito extensivo de capitales y en ese circuito van a las capitales que tienen mayor fama y están correctamente comunicadas.
- Alrededor del 53% de los turistas chinos fluctúa entre los 25 y 44 años, otro grupo importante son aquellos que tiene entre 45 y 54 años, los cuales representan aproximadamente el 20% del total de viajeros.
- La mayoría de los ciudadanos que viajan al exterior son personas que trabajan en oficinas
- En primer momento las Agencias de Viaje reservaban hoteles de 3 estrellas, pero con el crecimiento del mercado y la realización de un mayor número de viajes por los turistas, estos han ganado en experiencia y son ahora más exigentes por lo que demandan de hoteles de 4 ó 5 estrellas.
- Viajan fundamentalmente en 3 periodos al año, llamados “vacaciones doradas”. Cada uno de los periodos no son más que la unión por parte del gobierno, de 3 días feriados pagados, a los fines de semanas anteriores y posteriores a estos, conformando así una semana en la cual los ciudadanos pueden realizar turismo. Esto ocurre solo 3 veces al año, la primera es la

Fiesta de la Primavera (comienzo del año lunar; en enero o febrero del año gregoriano), la segunda es el Primero de Mayo (Día del trabajo) y la tercera es el Primero de Octubre (Día nacional de China). Estos conforman la temporada alta para el mercado chino.

- Por lo general escogen los países del sudeste asiático o europeos como destino de su primer viaje al exterior, aunque la mayoría siempre opta por el primer grupo. Los 10 destinos más visitados por los turistas chinos son: Hong Kong, Macao, Japón, Rusia, Vietnam, Corea del Sur, Tailandia, Estados Unidos, Singapur y Malasia; la tendencia muestra que la mayoría son asiático, debido a la proximidad, relativo bajo costo y en muchos casos por la disponibilidad de servicio de idioma chino. Es válido destacar que entre los viajeros del gigante asiático tienen gran popularidad países del viejo continente como: Francia, Alemania, Italia, España entre otros atraídos por la belleza de sus ciudades históricas patrimoniales y por la creciente necesidad de dicho mercado de conocer otras culturas. No obstante se está dando un cambio en el comportamiento de viajes, pues muchos de los turistas chinos ya no están viajando por primera vez y conocen varios países asiáticos y europeos. Lo que los lleva a otras regiones del mundo y a los viajes de mayor estancia en un mismo destino. Los tradicionales viajes de Multidestino pueden cubrir hasta 8 países en una semana como es el caso de Europa. Asimismo se dio un cambio en el tipo de viaje, ya que el por ciento de turistas por asuntos privados crece anualmente
- Su estancia media es muy baja porque tratan de visitar la mayor cantidad posible de destinos en su corto período vacacional, lo que los hace afín a los viajes Multidestino, por lo que prefieren hacer un programa con circuitos entre 10 y 15 días para visitar entre 5 y 10 países.
- No quieren ver todos los monumentos ni museos de una misma ciudad, sino varias ciudades en el mismo viaje.
- Dentro de la principales motivaciones de viajes se encuentran: visitas a familias y amigos, curiosidad por conocer otros lugares y culturas, las compras (es considerado en la actualidad el turista que más gasta ya que

muchos de ellos tienen pocas oportunidades de salir al extranjero y cuando lo hacen, compran numerosos artículos para poder mostrarlos a su regreso a sus compañeros y amigos), el turismo de negocios

- No descartan el turismo de Sol y Playa, aunque las mujeres chinas no se quieren poner morenas, pues tienen que mantener siempre la piel lo más blanca posible por motivos sociales; ya que se considera en China la mujer más atractiva cuanto más blanca sea su piel.
- El comportamiento del consumo medio chino es muy diferente al occidental, no van individualmente a bares en la noche, pero les interesan los espectáculos de grupo.
- No quieren gastar mucho dinero en alojamiento, prefieren gastarlo en compras, pues cuando viajan buscan comprar marcas originales en su país de producción. Les gusta la artesanía y los de mayor poder adquisitivo compran también productos lujosos.
- Se preocupan mucho por su seguridad.
- Prefieren las prácticas del ecoturismo y el turismo de naturaleza, debido a la necesidad de alejarse de la contaminación prevaleciente en las grandes ciudades.
- Prefieren las giras todo-incluido.
- Requieren alternar la comida china bien elaborada con la europea o criolla, pues la no presencia de platos chinos en el menú les provoca desconfianza.
- Tienen alta confiabilidad en los agentes de viaje para los ajustes del itinerario.
- En el caso específico del turista chino que viaja a Cuba, además de éstas características generales podemos destacar otras, entre las que se encuentran las siguientes:
- Género y edad: Los clientes que han viajado desde la República Popular China son mayoritariamente hombres. Las edades oscilan entre los 35 y 53 años. Entre ellos, los de 40-50 son mayoría. Están coincidentes con el rango de su cargo.
- El nivel de educación: El nivel escolar es universitario en la gran mayoría

- Las regiones principales de emisión: Las regiones principales de emisión son Beijing y Shanghái, no solo por la situación económica en estas dos ciudades, sino también por la alta proporción de los funcionarios en ellas.
- Motivaciones para realizar el viaje: En cuanto a las motivaciones, las mas frecuentes son el sol y playa, y curiosidad por el proceso socio político en Cuba. Además de todo eso, hay otra causa importante es que los funcionarios pueden entrar a Cuba sin visa, según el convenio diplomático entre los dos países, y les facilitan a venir.
- Accesibilidad: Desde China a Cuba todavía no hay vuelo directo por la larga distancia, siempre viajan por aerolíneas europeas, y hay varias opciones:

Beijing – Londres – La Habana

Beijing – Moscú – La Habana

Beijing – Paris – La Habana

Beijing – Madrid – La Habana

Beijing – Frankurf – La Habana

Desde Toronto, y muchas ciudades de América Latina también puede viajar a Cuba. Pero, la de Paris siempre es la primera opción de los turistas chinos que llegan directamente de Beijing por su seguridad, su infraestructura y sobre todo por el poco tiempo de espera en el aeropuerto. Aun así, hay que esperar 12 horas de transito, mas 12 horas del viaje de Beijing a Paris, 11 horas de Paris a La Habana, es un viaje demasiado agotador.

- Tiempo de estancia: Generalmente son tres noches y dos días, hasta cuatro noches y tres días, si queda un día más, siempre es en Varadero.
- Consumo per cápita: Es de 130 usd diario per capita y consiste en el hospedaje, la comida, el transporte, la guía y la propina. El gasto de compra no esta incluido.
- Alojamiento y comida: Un 70% se hospeda en hoteles de cuatro estrellas, el resto en los de cinco estrellas. La mayoría pide un hotel que tenga buena vista al mar. Como en otros países a donde ellos han viajado hay muchos restaurantes chinos, ellos ya están acostumbrados a pedir la comida autentica de china.

- Temporada de los turistas chinos: Como la mayoría de los turistas chinos que viajan a Cuba son funcionarios, eso determina que casi todo el año exista una emisión estable excepto en la Fiesta de Primavera.
- Canal de información: En general, los clientes conocen sobre Cuba a través de amigos, conocidos y colegas de trabajo que han hecho el viaje antes. Otros a través de la publicidad en periódicos.

2. 3 Análisis Interno del destino Cuba

El posicionamiento de Cuba como un destino de sol y playa es vulnerable y es necesario ir a una diversificación del producto turístico cubano. El país está en condiciones de ofrecer opciones turísticas diferentes a las tradicionales, de brindar el rasgo distintivo que la haga mas autóctona, lo cual es uno de los mayores atractivos que busca un turista en cualquier parte que visite. Por su propia naturaleza, historia y tradición, Cuba puede ofrecer además de playa y toda la variedad de productos náuticos, otros productos turísticos: ecológico, histórico, de salud y de convenciones entre otros, todo lo cual la convertiría en un destino altamente atractivo dentro del Caribe.

En este sentido la política turística cubana ha iniciado unas acertadas líneas de actuación, en las que, dedicando el empeño mayoritario al desarrollo del turismo masivo, se trabaja también para penetrar en los mercados de otros tipos de turismo especializado que, aunque más minoritarios, podrían resultar muy interesantes y rentables: (salud, congresos, naturaleza, cultural, etcétera.). Para implementar esta proyección, el Ministerio de Turismo ha establecido sus líneas de trabajo, que se acoplan fuertemente a las necesidades del mercado turístico:

- Estructura de la oferta: Tanto en la estructura actual del producto como en la futura, predomina la modalidad de sol y playa, la que concentra alrededor del 67% de la planta hotelera y del 60 % de los turistas que arriban. Se potenciarán, además, las modalidades de turismo de naturaleza, de salud, náutico, de congresos e incentivos, así como el desarrollo de servicios turísticos extra hoteleros, pero en sentido general según el cierre del

Ministerio del Turismo en el 2001, el producto de alojamiento turístico internacional en Cuba, estaba conformado por los siguientes tipos de instalaciones:

- a) Hoteles de Playa con 24,905 habitaciones, que representan el 67 % de la capacidad habitacional total del país con categoría mayoritaria de 4 y 5 estrellas, representando las mejores instalaciones, que se ubican en los casi 600 Km de playa. De este total de habitaciones en playa, el 40 % funcionan bajo la formula “Todo Incluido”.
- b) Hoteles de Ciudad con 9540 habitaciones, que representa el 26% del total habitacional del país, con categoría mayoritaria de 4 y 3 estrellas, su desarrollo en los últimos 12 años se ha concentrado en la Ciudad de La Habana, con hoteles de 4 y 5 estrellas. Estas instalaciones están enfocadas a las modalidades del turismo cultural, eventos, negocios, e incentivos.
- c) Hoteles asociados al producto de Naturaleza con 1014 habitaciones, mayoritariamente con categorías de 3 y 2 estrellas, ubicados en zonas del sistema Nacional de áreas protegidas, con mas de 300 zonas, algunas con categoría declarada de Paisaje Cultural de la Humanidad y Reservas Mundiales de la Biosfera, otorgado por la UNESCO, como es el caso del Valle de Vinales.
- d) Hoteles asociados al producto Salud, con 554 habitaciones, de 4,3 y 2 estrellas, desarrollado sobre la base del prestigio alcanzado por Cuba en la esfera de la salud, enfocados a la realización de determinados tratamientos quirúrgicos y de rehabilitación, mejorar la calidad de vida, reducir el estrés, tratamientos antidrogas y otros.
- e) Hoteles asociados al producto de la Náutica, con 908 habitaciones, con categoría de 4 y 3 estrellas, mayoritariamente dedicados al desarrollo de los deportes náuticos, en especial el buceo, espeleo - buceo y la pesca, apoyados por más de 40 centros de buceo y 12 marinas o puertos deportivos.

- Calidad de la oferta: Existe un modelo nacional de evaluación con revisión permanente de las categorías hoteleras. Vamos hacia un producto turístico de calidad, que permita un mayor nivel de satisfacción de las expectativas de los visitantes y que ofrezca mayores opciones y más diversificación.
- Comercialización: Es primordial el posicionamiento del destino Cuba, la incorporación a los canales de reservación normales, a los sistemas globales de distribución y a las redes de Internet, como parte de nuestro programa de desarrollo en las comunicaciones. Se trabaja para reducir la estacionalidad, sobre la base de la diversificación de los mercados emisores y de la intensificación, en la temporada baja de las actividades asociadas a los eventos, congresos e incentivos.
- Recursos Humanos: Se desarrolla una gradual y justa política de cuadros, estrechamente asociada a la formación de los directivos y trabajadores del sector, a través del Sistema Nacional de Formación para los Profesionales del Turismo (FORMATUR).
- Participación extranjera: Acorde al crecimiento sostenido de nuestro desarrollo turístico, la participación extranjera en el sector es extensiva. Las cadenas internacionales participan en el empeño de incrementar el número de visitantes. Se constituyen empresas mixtas y otros negocios conjuntos con socios extranjeros y existe un financiamiento externo para el turismo, en créditos, que recibe el sector para el desarrollo de sus propias inversiones. Estos proyectos se dirigen principalmente hacia los hoteles, pero en el futuro apoyará la infraestructura extrahotelera, tales como marinas; campos de golf; parques temáticos, aquaparks y de diversiones.
- Desarrollo de la aviación: Se encamina la modernización y ampliación de nuestra flota y las acciones para propiciar la participación de aerolíneas extranjeras en todo nuestro desarrollo con una gran flexibilidad por parte del Instituto de Aeronáutica Civil en la concesión de permisos que permitan incrementar el flujo de pasajeros hacia nuestro país.

- Cruceros: Siguiendo la tendencia mundial contemporánea, se desarrollará el crucerismo, que experimentó en el último año un crecimiento del 30 % y se espera que lo haga en un 12% durante el año 2000.
- Multidestino: Se accionará coordinadamente con el resto de las naciones caribeñas, con vistas a desarrollar la infraestructura que permita el desarrollo común del Multidestino y otras modalidades, en el marco de una competitividad saludable para todos los países del área.
- Vinculación de la cultura y el turismo: Se trata de concebir un proceso que garantice beneficios comunes para ambas ramas, aprovechando los múltiples atractivos históricos, culturales y patrimoniales, así como las instituciones culturales.
- Efecto del turismo nacional sobre la economía: Este sector aporta más del 50% de las divisas que ingresan a la economía cubana. La construcción intensiva de habitaciones ha permitido incentivar a la industria de materiales de construcción, y a la construcción en general, a las industrias locales. A través de la Casa Financiera del MINTUR se prefinancian las producciones y servicios locales y se desarrollan bienes y consumos para el turismo que, por la competitividad que existe en el giro, además de incorporar a otros sectores de la economía en este esfuerzo por el desarrollo del turismo, ha provocado una modificación importante de la estructura de abastecedores, los que ya aportan más del 50 % de los recursos que se necesitan en las inversiones.
- Desarrollo sustentable del sector: Se basa en los principios de la sustentabilidad económica, ambiental, social y política. En el plano nacional, existe una redistribución importante de los ingresos por concepto del turismo, a través del desarrollo de las ocho regiones turísticas de nuestro país
- Infraestructura Básica: Ha sido necesario reforzar, reconstruir, ampliar, y en varias regiones, crear una infraestructura técnica indispensable para el desarrollo del turismo internacional. Se invirtió en viales, pedraplenes, redes eléctricas, estaciones de transformación, plantas generadoras, redes

telefónicas, acueductos, alcantarillados, recuperación de playas, plantas de potabilización y tratamiento de aguas residuales, entre otras infraestructuras. La infraestructura relacionada con el transporte influye directamente en la actividad turística, por ello ha sido necesario el mejoramiento y la ampliación de las redes de carreteras y en algunas regiones como Jardines del Rey, Norte de Camagüey y el Norte de Holguín, donde no se disponía de infraestructura alguna, fue necesario asignar importantes recursos. Para comunicar la isla mayor con los cayos de la costa norte fue necesario construir dos sistemas de carreteras sobre las aguas someras (identificados como pedraplenes, por la tecnología empleada) sin alterar ni afectar el medio ambiente, principal atractivo de esta zona. La construcción de cien kilómetros de pedraplenes fue lo que permitió el inicio de hoteles y facilidades en toda esa *cayería*, que ya cuenta con cerca de 5 000 habitaciones en explotación y otras instalaciones como parques temáticos, marinas, y otras.

2.3.1 Principales ofertas turísticas de Cuba

Para esto se ha partido de la oferta que hace Ecotur a la Agencia de Viajes China Luz Tours, representada por este receptivo nacional, pues la oferta de Viajes Cubanacán, ha sido dirigida principalmente a delegaciones de empresarios, fam trips y otros.

El producto que se oferta tiene las siguientes características:

- Los programas son de corta duración. Esto es dado por el hecho de que los viajeros prefieren visitar varios destinos en el mismo viaje y ello reduce la estancia promedio en Cuba.
- Los hoteles usados son generalmente el Panorama, de reciente creación y el Meliá Habana. Ambos de categoría 5 estrellas.
- Los destinos mas visitados son La Habana y Varadero. En este ultimo destino, tienen estancia en el Cuatro Palmas y almuerzan en Albacora cuando hacen la excursión de un día.
- Siempre se incluye un Recorrido por Ciudad de La Habana con visitas al

Barrio Chino, al Monumento a los Chinos que pelearon en las Guerras de Independencia o al Cementerio Chino.

- Otros lugares visitados son Pinar del Río y Guamá con excursiones de un día. En el primero tienen la posibilidad de apreciar el cultivo del tabaco, lo cual aunque no es la motivación principal del viaje resulta un tema que les interesa. Con Viajes Cubanacán han realizado paseos a Cienfuegos y Trinidad.
- Las comidas de los programas son en el hotel y en el tránsito. Esta es mayormente criolla o internacional, por lo cual no es generalmente de su agrado. En ocasiones, van a comer al Barrio Chino, pero siempre que el Chef sea un chino o conozca la elaboración y los condimentos de la cocina tradicional china.
- Los guías hasta ahora son personal chino residente en Cuba, garantizando el entendimiento del programa y la asistencia en el servicio y otros aspectos.
- Las visitas más importantes y frecuentes en los programas son: Habana Vieja, Valle de Viñales, Finca Vigía y lugares asociados a Hemingway, así como algún cabaret (Tropicana en primer lugar).
- Las modalidades y productos que se ofertan fundamentalmente son: Turismo de Salud, Cultural, Naturaleza, Eventos e Incentivos, Náutico y Buceo, Cruceros, Todo Incluido, entre otros.

2.4 Cuba como destino turístico para China

La especial atención que tiene China hacia el Caribe y particularmente hacia Cuba, está motivada por la nueva dirección de este país asiático sustentada por los principios de política. En los últimos tres años la visita de altos dirigentes chinos hacia el área se ha incrementado trayendo consigo una potente relación comercial entre ambos. Uno de los intereses fundamentales de China hacia esta región es satisfacer la demanda china de recursos naturales, energía y materias primas que necesitan para seguir incrementando el desarrollo económico de su país. Otro de los objetivos chinos en la región es el desarrollo

de las telecomunicaciones y el turismo, pues se estima que China en el 2010 sea uno de los protagonistas fundamentales del turismo mundial en cuanto a turistas chinos.

Cuba recibe 12 mil turistas chinos al año y existen potencialidades para duplicar esta cifra, es por esta razón que las autoridades turísticas de la isla caribeña se han dado a la tarea de potenciar al “Destino Cuba” como opción turística en el mercado chino con este objetivo, se han acometido una serie de acciones por parte de Cuba para satisfacer las necesidades de los visitantes del gigante asiático, estas son en lo fundamental: desarrollar las habilidades idiomáticas en el personal del sector turístico aprendiendo el idioma chino, este es un plan para completar en el futuro la necesidad de trabajadores chino-parlantes y satisfacer así las demandas del creciente flujo de visitantes procedentes de este país y además el turismo cubano fomentará el desarrollo de los multidestinos, para facilitar a los visitantes chinos viajes organizados a otros países de América Latina y el Caribe.

Entre las agencias más destacadas en la promoción del Destino Cuba se situaron China Root, China Ocean, CTS Sport Ding Hong Holiday, China Swan, ANZ Holiday, Blue Ocean, CITIC y otras. Los turoperadores realizan su labor de promoción y traslado de turistas a Cuba sobre todo en Beijing, Shanghai, la mayor ciudad del país, Guangzhou, capital de la provincia de Guangdong, y Shenzhen, la nueva urbe industrial del sur.

Es importante señalar que la llegada de turistas chinos a Cuba podría duplicarse a corto plazo, de acuerdo con las posibilidades de la Isla, declaró en esta capital Alexis Trujillo, viceministro cubano del turismo, el 26 de noviembre de este año. Según los datos expuestos anteriormente, a la nación caribeña llegan cada año unos 12 mil viajeros del gigante asiático, pero esa cifra sería incluso superior al doble si se lleva a la práctica el turismo multideestino a los países del área, explicó el funcionario, por lo que sin lugar a dudas, si Cuba consigue penetrar en el mercado chino lograría una mayor diversificación y desestacionalización de la demanda hacia una oferta como destino turístico cultural y por la oferta en formación idiomática del español; ya que los chinos

viajan fundamentalmente en febrero, mayo y octubre. La idea de salir al extranjero es muy apreciada entre los chinos, debido al papel que juega dentro de su cultura; la adquisición de conocimientos mediante el cultivo de los hábitos de leer y viajar, además en China existe un potencial de no menos de 70 u 80 millones de chinos con posibilidades económicas y deseos de viajar. Los destinos que ofrecen un clima cálido tienen un atractivo particular para los mercados del norte durante la temporada de frío.

China afronta desde hace algunos años una progresiva modificación de la división entre la vida laboral y de ocio de sus ciudadanos. Se han triplicado las tres jornadas anuales de vacaciones pagadas de los trabajadores y funcionarios lo que propicia las oportunidades para que los chinos puedan viajar.

Teniendo en cuenta los recientes acuerdos firmados entre La República China y Cuba, y oficialmente denominado dentro de la categoría ADS (Estatus de Destino Aprobado), el primero en América Latina, Cuba es considerada por el gobierno chino con el estatus de destino de preferencia en América para el mercado emisor de dicho país.

Se ha estimado para el 2010 un arribo a América de 193,2 millones de personas provenientes de la región del Este de Asia y el Pacífico. Cuba, con la ventaja de ser el primer país de América Latina en convertirse en destino avalado por el Gobierno Chino, puede llegar a madurar frente a tan fuertes competidores. Los chinos de mayor edad, que vivieron la ilusión de la Revolución Cubana, pueden mantenerse como clientes potenciales ya que añoran esos años de solidaridad con la isla caribeña.

Cuba para el desarrollo del mercado turístico chino posee determinadas potencialidades, las cuales pueden aportar mucho a la diferenciación del destino Cuba. Entre las más importantes se encuentran:

- Seguridad. Cuba es el destino más seguro del Caribe y América Latina aspecto este que lo distingue del resto de sus competidores. Esta puede ser una de las características más importantes para un turista, a la hora de elegir adonde viajará, esta potencialidad forma parte de nuestro slogan en el momento de promocionar el destino “Un destino de paz y seguridad”.

- Como tendencia del turismo chino al exterior, estos primero comenzaron a hacer turismo por Asia, luego por Europa y ahora están más interesados en Latinoamérica y Caribe, aumentando la frecuencia de sus viajes sobre todo a Perú, Brasil, Argentina, Jamaica y México - países relativamente cercanos a Cuba-, la isla tiene grandes posibilidades para ser incluida en paquetes multidestinos, por tanto jugando con el hecho de que la ubicación geográfica de Cuba facilita esta modalidad se ha prestado atención a este proyecto en el futuro, trabajando con otras embajadas latinoamericanas y caribeñas para presentar en conjunto una solicitud de "múltiple destino" a las autoridades chinas.
- Relaciones políticas y comerciales entre ambos países. En el caso de Cuba que aparece como un país de gran relevancia en el contexto latinoamericano, el vínculo existente con China no es resultado solamente de los recientes acuerdos lo que se evidencia en la referencia que se hace en el trabajo a la presencia de lo chinos aquí en Cuba. La Revolución China que triunfa en 1949, con un bloque socialista todavía monolítico, apoyó de inmediato nuestra revolución que triunfa solo a 10 años de diferencia (1959). Ya para 1960 Cuba se convertía en el primer país de América Latina en establecer relaciones diplomáticas con Beijing. Los sectores fundamentales donde se desarrollan las relaciones bilaterales entre China y la región latinoamericana son: Turismo, Industria Ligera, Minería y Petróleo, Sideromecánica, Electrónica, Pesca, Biotecnología.
- La presencia de una cultura diferente, Cuba no es sólo sol y playas, sino que tiene muchos campos de interés para el visitante chino, como la cultura, la historia, la naturaleza y la salud, y se está dando a conocer igualmente por esas bondades, materializada en museos, teatros y sitios históricos a lo largo de toda la Isla; además productos autóctonos como el tabaco y el ron.
- Capacidad de alojamiento en temporada alterna (abril-octubre). Este período que es el de alta turística para el turismo emisor chino coincide con la etapa de baja turística en Cuba para la mayoría de los mercados que nos visitan.

Esto permitiría garantizar tanto la capacidad de alojamiento como una disminución de la estacionalidad.

- La disposición de una rica y abundante flora y fauna que propicia el desarrollo del producto naturaleza uno de los productos más demandados por este mercado. Esto se evidencia fundamentalmente en áreas como la Sierra del Rosario, Parque Nacional Sierra Maestra, La Gran Piedra, El Escambray, la Ciénaga de Zapata, el Parque Nacional Alejandro de Humboldt entre otros. Estos en algunos casos son Reserva de la Biosfera y/o Patrimonio de la Humanidad.
- Posibilidad de conectar en Vancouver o Toronto vuelos procedentes de China con vuelos de Cubana de Aviación, lo que le permitiría a los chinos arribar a Cuba el mismo día en que salen.
- Presencia china en Cuba desde 1847, además sangre china se derramó en las guerras de independencia, por lo cual esa rica historia sin dudas interesaría a los visitantes de esta nación.
- Con respecto a los visados, no existe ninguna restricción para los ciudadanos chinos que deseen viajar a Cuba, siempre y cuando cumplan los requerimientos mínimos para la expedición de este tipo de autorizaciones. Cuba tiene tres consulados en China, ubicados en Beijing, Shanghai, y Guangzhou. Además, hay más de 100 agencias de viajes chinas autorizadas para tramitar visados.
- Las duras exigencias de la Comunidad Europea para que los chinos vayan a esa región (deben viajar en grupo, contratar sólo paquetes en agencias de viajes autorizadas y adquirir seguros de vida).
- Los problemas de comunicación causados por el poco conocimiento del idioma chino por parte de los profesionales del turismo en Cuba, se ha ido solucionando paulatinamente, ya que se han enviado personal a aprender el idioma chino. Varios ya se han graduado y un nuevo grupo completará sus estudios próximamente, con lo que podremos suplir esa necesidad para los turistas chinos.

- La Embajada de Cuba en China ha dado a conocer en Beijing la nueva versión de su página web, con la que pretende ofrecer a los ciudadanos chinos más información política, cultural, comercial y turística de la isla caribeña, con el objetivo de que la misma sirva para que la población china se acerque un poco más a Cuba. El sitio web de la embajada cubana cuenta con versión en chino, así como en español e inglés. Los internautas podrán encontrar en la página diversos tipos de información turística, empresarial y relacionada con la obtención de visados, así como hipervínculos a las páginas gubernamentales y de prensa cubanas. En el mismo acto, la embajada cubana realizó una presentación de la isla como destino de ocio ante representantes del sector turístico chino.

Además partiendo de todos los elementos expuestos en el presente capítulo, se han investigado y analizado todas las posibles limitaciones que presenta Cuba como un destino turístico para el mercado chino o para el mercado asiático ya que las costumbres y exigencia en el momento de realizar el viaje son muy semejantes.

- La no existencia de vuelos directos Cuba-China. La no existencia de este, ha dado como resultado altos costos en transportación, pérdida de tiempo y agotamiento del viajero por la duración del viaje.
- No se posee una gastronomía rica que satisfaga los hábitos alimenticios de estos turistas. Estos son en general, sanos, con un fuerte consumo de pescados y verduras al vapor. Su alimentación es diferente a la que se entiende por comida china en nuestros países, razón por la cual la gastronomía tendría que reestructurarse para brindarles una mejor atención, más aún si se toma en cuenta que suelen solicitar restaurantes chinos de alta calidad. (En las ciudades objeto de estudio se encuentran ubicados ningún restaurante de comida China).
- Demandan la existencia de té verde o rojo en las habitaciones de los hoteles, por lo cual se tiene que disponer de este servicio y contar con los equipamiento e insumos necesario, dígame termos para agua caliente en las

habitaciones por citar un ejemplo. Para que se tenga una idea, el consumo de té puede llegar a los 2 litros diarios por persona.

- La ausencia de guías especializados en el idioma. Aunque generalmente se trate de turistas tranquilos y respetuosos son exigentes: requieren entrar en contacto con personal que hable su idioma.
- Problemas de relación calidad-precio acentuada fundamentalmente por la baja calidad en los servicios turísticos en general. Téngase en cuenta que este cliente al que estamos aspirando no es la primera vez que viaja, lo cual le resultaría muy fácil establecer comparaciones y percibir una alta o baja calidad del servicio. Este aspecto es de vital importancia ya que afecta no solo al mercado chino sino que ha venido afectando al resto de los mercados que nos visitan.
- Fuerte competencia en destinos del Caribe y América Latina. La presencia de destinos más accesibles para los chinos, dígame Brasil y México los más acentuados. También existen otros más cercanos a China con características semejantes a Cuba. Esto nos obliga y nos exige a diversificar la oferta turística para este mercado sobre todo para diferenciarnos del resto de la competencia.
- La comunidad china en Cuba no es fuerte como en otros países de América Latina, descartando la posibilidad de flujos migratorios y/o visitas a familiares y amigos.
- No hay amplia oferta para realizar compras de productos lujosos fundamentalmente joyas, productos textiles con autenticidad.

2.5 Procedimiento a utilizar para el diseño de un producto turístico integrado

Este procedimiento, elaborado por la M Sc. Esther Lidia Machado profesora – investigadora del Centro de Estudios Turísticos (Cetur) de la Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas (UCLV), consta de varias etapas que a su vez, establecen ciclos para cada una de las variables del marketing operativo (producto, precio, comunicación y distribución); cada uno de ellas concluye con

la definición de las estrategias y acciones que se deben desarrollar. A continuación se explican estas etapas (Machado, 2007)

1^{ra} Etapa: Búsqueda y análisis de la información

- Análisis de la situación de las demandas del mercado y las tendencias futuras:

Se realiza para conocer cuáles son los mercados disponibles, o sea, hacia qué mercados se puede dirigir la oferta; cuáles son las necesidades, gustos, preferencias actuales de dichos mercados. Permitiendo la segmentación del mercado y el estudio del mismo.

- Análisis de la competencia:

Se realiza un inventario y análisis de las principales empresas que ofertan sus productos en el segmento seleccionado, sus precios y la estrategia de posicionamiento utilizada. Utilizando las 5 fuerzas de M. Porter.

- Inventario de recursos:

En este caso se parte de la conformación de un inventario de atractivos visto dentro de la situación competitiva y de mercado, para generar un grupo de ideas. En este inventario de recursos es muy importante tener en cuenta el estado actual de los mismos y su accesibilidad.

2^{da} Etapa: Diseño del producto

- Concepción de nuevas ideas y su selección:

Supone una búsqueda sistemática de nuevas ideas para generar productos turísticos, las ideas que se generen, se basan tanto en fuentes internas (propias del equipo de diseño), como externas y para su obtención se utilizan varios métodos fundamentalmente el *brainstorming* y La *cinética*; teniendo en cuenta las preferencias, gustos y tendencias del mercado.

- Cribado de ideas:

El cribado de ideas supone un proceso de reducción de las mismas, a partir de un proceso de evaluación que debe conducir a eliminar las que son inviables o pobres. El producto, cuya idea se evalúa, debe ser compatible con el objetivo común del equipo de diseño.

Las ideas para nuevos productos, deben pasar por lo menos tres pruebas: El potencial del mercado, La factibilidad financiera y La compatibilidad con operaciones. Antes de colocar la idea de un nuevo producto en el diseño preliminar, se le debe someter a los análisis necesarios que se organizan alrededor de estas tres pruebas, o sea, el tamizado comprende una evaluación preliminar al estudio de viabilidad.

- Definiendo los atributos y concepto del nuevo producto:

Determinar el concepto del producto partiendo de los atributos diferenciadores que deseamos del mismo, será lo que constituya la base del producto, su raíz, lo cual nos permitirá adaptarlo a las características de cada segmento de mercado, sin perder su esencia.

El *concepto del producto* consiste en una descripción detallada de la idea del mismo, en términos que tengan significado para el consumidor, éste debe estar determinado según el punto de vista del comprador; es decir, en cómo lo percibe, es fundamental que el producto muestre alguna diferencia significativa con respecto a los demás existentes y debe aportar alguna nueva idea no experimentada.

- Despliegue de clientes y sus requerimiento:

Se define de acuerdo a la idea desarrollada los posibles segmentos de mercado del mismo y sus requerimientos básicos.

- Análisis de los requerimientos y los atributos:

Con los elementos obtenidos de los dos pasos anteriores se pasa a confeccionar una matriz donde se analizan los atributos del producto con relación a los requerimientos básicos de los segmentos seleccionados para su diseño. Define si el concepto del producto se corresponde con los requerimientos del mercado.

- Diseño del producto:

Define el nombre, itinerario, los servicios que se brindarán y los procesos del producto.

- Definición de Estrategias:

Una vez superado el diseño del producto, debe desarrollarse una estrategia comercial tentativa para el producto, deben incluirse las posibles adecuaciones en dependencia del segmento de mercado, además de todos los planes de contingencias en los casos que sea necesario.

3^{ra} Etapa: Definición del precio

- Cotizaciones:

Se realiza un inventario de los prestatarios que intervienen en el desarrollo del producto, realizándose toda la contratación por cada uno de los servicios que se brindan y la cotización de los mismos. Confeccionándose la ficha de costos.

- Fijación del precio:

Luego de tener el costo del producto se establecen los índices de beneficios que fija la Agencia, se estudian los precios que existen en el mercado de productos similares y se define el precio por segmentos de mercado.

- Definición de Estrategias:

Debe desarrollarse una estrategia comercial tentativa para el precio tendiendo en cuenta las fases del ciclo de vida del producto y las adecuaciones que debe tener en dependencia del segmento de mercado al que este dirigido.

4^{ta} Etapa: Posicionamiento.

- Definición de la estrategia de posicionamiento:

Permite desarrollar todo el proceso de planificación de inserción del nuevo producto al mercado. Definiendo las estrategias y acciones a desarrollar en el mix de comunicación (publicidad, promoción relaciones públicas y venta directa).

5^{ta} Etapa: Definición del Canal de Distribución

- Selección del Canal:

Se realizara en una primera etapa el análisis de los canales de distribución a utilizar (largo, corto o directo), en caso de decidir utilizar intermediarios debe seleccionarse los Touroperadores y Agencias de Viajes que con representaciones en el país operan los segmentos de mercados seleccionados. Luego se realizará en cada mercado el estudio y levantamiento de los principales touroperadores que trabajan estos segmentos que no están

representados en la isla, confeccionando un listado de los touroperadores de mayor significación en cada uno de los mercados.

6^{ta} Etapa: Retroalimentación

Esta etapa es el proceso de seguimiento del producto. Para ello se recomienda realizar una encuesta a clientes y al personal especializado con el objetivo de conocer el grado de conocimiento y de satisfacción del producto; y a los entes involucrados para saber si se está llevando a cabo correctamente la parte que le fue asignada durante el diseño del producto; el grado de satisfacción que el mismo le proporciona, desde el punto de vista de los beneficios que le reporta.

Es importante también revisar periódicamente el funcionamiento del producto, haciendo los cambios o reformas necesarias sobre la base de las nuevas tendencias del comportamiento de los consumidores. La participación de los guías es decisiva en este momento, puesto que su apreciación personal es la vivencia más cercana de que puede disponer la Agencia.

En el caso de que las ventas del producto no alcancen los niveles previstos, deben analizarse las causas del fracaso y volver a cualquiera de las etapas anteriores, para el rediseño del producto.

El procedimiento que se propone puede verse en forma de esquema en el anexo 1.

2.6 Conclusiones del segundo capítulo

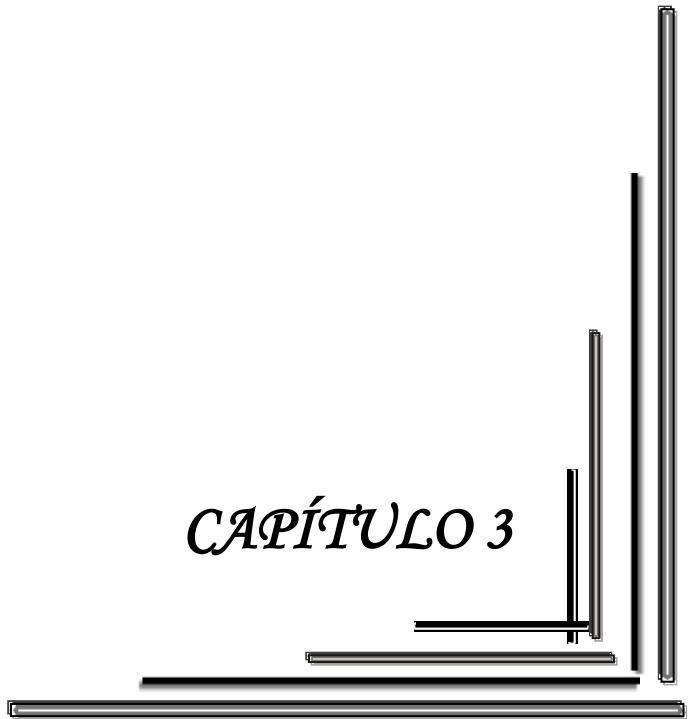
Luego de analizados todos los elementos relacionados con la situación actual de Cuba como destino turístico para China y el estudio de las metodologías para el diseño de productos turísticos, se puede aseverar que:

1. El sector turístico cubano se enfrenta al desafío de elevar su capacidad competitiva con importantes oportunidades que pueden ser aprovechadas, así como un grupo de fortalezas que pudieran servir de apoyo a este proceso. Sin embargo, muchos son los obstáculos a sortear. Las amenazas que presenta el entorno internacional, matizado, en primer lugar, por el brutal bloqueo norteamericano, plantean un reto "sui generis". Por otro lado, las debilidades asociadas a factores objetivos y subjetivos tendrán que ser

eliminadas mediante el diseño de una estrategia coherente en la que se involucre adecuadamente el uso del potencial humano del país como recurso económico principal.

2. La apertura de China la está convirtiendo en una potencia económica y turística con intereses evidentes en el territorio a pesar de la distancia, que implica la pérdida de tiempo y eleva los costos del viaje. Es muy probable que Cuba resulte más atractivo desde el punto de económico para los chinos que específicamente como destino turístico. No obstante a esto la existencia de estrechos lazos entre ambos países aumenta las posibilidades de atraer a los chinos a nuestro país, lo que solo lograremos con el estudio de su cultura, sus costumbres y la resolución de las principales limitaciones ya antes expuestas, porque si no conocemos que es lo que prefieren, o qué viene buscando, los esfuerzos que se lleven a cabo por atraerlos serán en vano.
3. A pesar del vínculo que de antaño nos relaciona con la cultura China, los conocimientos que poseemos acerca de esta cultura milenaria no son los suficientes para permitirnos aprovechar al máximo nuestra posición geográfica, como puerta de entrada a Latinoamérica y los lazos económicos, políticos y culturales que unen a ambos países.
4. Una de las principales limitaciones que presenta Cuba para operar con el mercado chino es en la accesibilidad, pero aparejado a esto conocemos de la facilidad que poseen los chinos para obtener visa de Canadá ,la existencia de vuelos directos Canadá – China y la existencia de vuelos aéreos de Cubana de Aviación a Canadá (Vancouver y Toronto), por lo que sería conveniente analizar la puesta en práctica de la conexión en Vancouver o Toronto con el vuelo de Cubana de Aviación lo que les permitiría a los visitantes chinos llegar el mismo día de salida desde China.

CAPÍTULO 3



CAPITULO 3. PROPUESTA DE LA RED DE CIUDADES HISTÓRICO PATRIMONIALES EN LA REGIÓN CENTRAL DE CUBA

3.1 Introducción

Es evidente que el crecimiento del turismo en las últimas décadas se ha hecho acompañar de profundos cambios fundamentalmente de tipo cualitativos. Lo cual nos hace repensar en la forma que diseñamos nuestra oferta con vista a la satisfacción de nuevos gustos y demandas de los consumidores. Por tanto los procedimientos o métodos que se utilicen para el desarrollo o reajuste de la oferta deben evolucionar a la par de la razón principal del desplazamiento, que ha cambiado del hecho de viajar para ver algo a la idea de viajar para hacer algo (Ávila y Barrado, 2005), se trata de diseñar productos que permitan posicionarse de manera potente en el mercado, donde el turista pueda experimentar vivencias.

De este modo se presenta una realidad ineludible para los gestores turísticos, ya no basta con poseer recursos que serán contemplados, sino que es necesario crear productos que ofrezcan siempre experiencias novedosas y que por tanto mantengan su capacidad de atracción, que permitan realizar actividades, faciliten la participación, el protagonismo del turista, por el cual en estos momentos el ocio es ante todo autorrealización, creatividad, calidad de vida y experimentación; o sea la capacidad de atesorar vivencias únicas en lo festivo, lo lúdico, educativo y cultural.

De ahí que el presente capítulo propone la creación de un producto turístico integrado, considerando toda una serie de recursos tanto históricos, culturales como naturales, que serán incorporados al mismo, sin perder la esencia de la visita del cliente y constituyendo el mismo una experiencia a vivir más que un simple viaje contemplativo, mostrando una oferta lo más completa posible, de forma que destaquen la autenticidad del producto turístico cubano, de acuerdo a las nuevas tendencias del mercado internacional chino.

3.2 Caracterización de las ciudades históricas culturales de Cuba Central

Cuba posee una prestigiosa cultura. Su pueblo alegre y musical vive muy arraigado en sus tradiciones y costumbres. Para palpar esa parte de la vida del cubano nada mejor que visitar sus museos a lo largo y ancho de la isla, dedicados a los más disímiles temas como la historia, la Revolución, música, ciencias naturales, arte colonial y decorativa, armas, autos, religión, tabaco, ron, azúcar, etc.

Siete fueron las primeras villas fundadas por el adelantado Diego Velázquez y los conquistadores españoles en Cuba: Nuestra Señora de la Asunción de Baracoa (la ciudad primada), San Salvador de Bayamo, Santiago de Cuba, Santa María del Puerto del Príncipe (hoy Camagüey), Sancti Spíritus, Trinidad y San Cristóbal de La Habana. En ellas se concentró el desarrollo económico, histórico, cultural y social del país durante los siglos XVI, XVII y XVIII. El progreso experimentado por algunas les permitió llegar hasta nuestros días con su propio nombre y mantenerse entre las urbes cubanas más importantes.

En un recorrido por las ciudades cubanas es fácil percatarse del desarrollo sociocultural alcanzado. Manifestaciones como la música, la danza y la plástica han dejado su impronta a nivel mundial. También llaman la atención los valores patrimoniales, arquitectónicos y el buen estado de conservación de distintos conjuntos de edificaciones centenarias.

Las ciudades de Cuba central poseen grandes potencialidades para el desarrollo turístico por sus valores arquitectónicos, culturales e históricos, además por la favorable situación geográfica que poseen, constituyendo estas, plazas importantes con amplias posibilidades para el desarrollo del Turismo y en específico del Turismo Cultural el cual ha ido ganado un lugar preferencial en las demandas turísticas a nivel mundial; es por esta razón que se presente un breve resumen de las principales características de las mismas.

Santa Clara

La ciudad de Santa Clara se encuentra en la región de Cubanacán que significa en lengua indígena: centro de Cuba. Es además el centro y la capital de la provincia Villa Clara, con un área geográfica total de 513 Km., limita al norte con Cifuentes, Camajuaní y Placetas, al sur con Manicaragua y con Ranchuelo por el oeste. La ciudad está enclavada en medio de una sabana rodeada por pequeñas elevaciones de la cordillera de Guamuhaya. Fue fundada por dieciocho vecinos de la villa de San Juan de los Remedios en 1689 en el cacicazgo de Cubanacán. Sus fundadores vinieron hacia estas tierras para alejarse de la costa y de este modo no sufrir los ataques frecuentes de corsarios y piratas, reuniéndose luego de una penosa marcha a campo traviesa al pie de un frondoso tamarindo, que se encontraba en la parte superior de una pequeña elevación del terreno que más tarde sería denominada *Loma de Carmen*, con el objetivo de afectar el ritual acostumbrado por los conquistadores españoles de decir una misa de rogativas solicitando todo género de venturas del altísimo para la nueva villa que se iba a fundar, ritual este que oficia precisamente Fray Salvador Guillén del Castillo. Cumplidos los deberes religiosos, la comitiva se pone en marcha loma abajo buscando un lugar apropiado para levantar sus nuevos hogares y lo encontraron a corta distancia del que sería en el futuro famoso tamarindo.

En la actualidad, esta ciudad cuenta con cerca de 200 mil habitantes y debe su nombre a la patrona de la localidad: Santa Clara de Asís; además, se le conoce como la “Ciudad de Marta” en recordación a Marta Abreu de Estévez, su benefactora, quien en el siglo XIX le legó sus principales edificaciones, convertidas actualmente en sitios de gran valor cultural o social, que, junto a otros menos antiguos, conforman el Centro Urbano, un área que se destaca por su riqueza arquitectónica, donde armonizan lo viejo y lo nuevo en el entorno de su plaza principal, el Parque Vidal.

Socialmente reconocida, Santa Clara con sus 319 años se honra por el conjunto de sus valores arquitectónicos y nos retrotrae historia desde la edad del Consejo de Indias en el nacimiento de su Plaza Mayor, en cuyo entorno

comenzó entonces a desarrollarse una ciudad que en el decursar del tiempo definió construcciones, espacios públicos y privados, calles y otras plazas ambientadas con particularidades físicas que partiendo de una unidad morfológica son expresión de la existencia de una población organizada. Y es por ello que el 15 de julio, después de revisada la propuesta presentada por la comisión villaclareña, su centro histórico se declara Monumento Nacional.

De manera general el estado de conservación del patrimonio arquitectónico se considera satisfactorio, porque respeta el trazado urbano a lo largo de más de 300 años de evolución del modelo original establecido por las Leyes de Indias y se preserva toda un área protegida colindante a esta raíz central diseñada para la posteridad.

Remedios

Durante el primer cuarto del siglo XVI, como parte del proceso de colonización española en la Isla de Cuba, se fundaron las siete primeras villas. Posteriormente, el asentamiento fundado por Vasco Porcayo de Figueroa capitán de conquistadores con el nombre de Santa Cruz de Vasco Porcayo, es trasladado en dos oportunidades con los nombres de Santa Cruz de la Sabana del Cayo y San Juan de los Remedios de la Sabana del Cayo, éste último hacia 1578 ya con la denominación de villa. Este punto poblado, a pesar de no haber constituido inmediatamente su ayuntamiento por las características misteriosas que le impuso su fundador, constituye una fundación del siglo XVI dentro de la campaña colonizadora española en Cuba. Hasta la década del 70 del siglo XIX constituyó la región mediana una amplísima jurisdicción cuyos límites se extendían hasta los actuales de las provincias de Matanzas y Ciego de Ávila con el nombre indígena de Sabana o Sabaneque.

La imagen de la Ciudad de San Juan de los Remedios se percibe a través de sus sendas. Cada lugar es un paréntesis explicativo de su historia. Cada barrio es muestra de su evolución y florecimiento o de momentos de depresión económica. La arquitectura colonial, es un hito que marca el tiempo y los diferentes períodos históricos. Hacia el centro corazón y médula primitiva abundan los amplios portales libres con forma de corredores; grandes

ventanales, rejas de hierro forjado, guardapolvos conopiales y grandes aleros apoyados sobre peculiares ménsulas de madera.

La ciudad de Remedios cuyo Centro Histórico Urbano fue declarado Monumento Nacional en 1980, su historia, su gente, son el reflejo de su evolución histórica dentro de la cual se han desarrollado múltiples leyendas y tradiciones llegadas a nuestros días.

La presencia de connotadas figuras de alto valor intelectual como el músico y abogado Alejandro García Caturla de trascendencia internacional, conforma un riquísimo mundo cultural que junto al patrimonio arquitectónico e histórico integran una variada gama de aspectos que conducen a una ciudad llena de significados cristalizados en la música, en sus muros, en los dibujos de sus afiligranadas rejas y otros elementos de hierro, sus vitrales... y arcos. En su imagen toda, está su gente, la ciudad y sus tradiciones.

Sancti-Spíritus

Se localiza en la zona centro sur de la provincia del mismo nombre, la cual limita al este con la provincia de Ciego de Ávila, al oeste con las provincias de Villa Clara y Cienfuegos, al norte y sur con las aguas del Mar Caribe. Sancti-Spíritus se corresponde con el polo turístico Costa Sur (Trinidad-Cienfuegos), siendo un destino que se posiciona como ciudad histórico-cultural. Fue fundada como villa en el año 1514 por el adelantado Diego Velásquez, convirtiéndose en un lugar de escalada económica, militar y religiosa para los europeos en su interés por conquistar otras tierras del continente. Su primer asentamiento fue realizado a la derecha del río Tuinucú. En 1522 la villa espirituana fue trasladada para las márgenes del Río Yayabo en busca de mejoras económicas. Al no poseer estas tierras materiales preciosos, sus pobladores crearon una economía ganadera fundamentalmente; en un primer momento, sus alrededores fueron dedicados a los cultivos menores y en otras regiones aledañas perteneciente al territorio como es Trinidad se fomentó la producción azucarera por un tiempo hasta que las tierras se mantuvieron fértiles. Esta situación económica estuvo relacionada con la presencia de personas negras de lejanas regiones y la existencia de la esclavitud, las cuales trasladaron sus

costumbres y se fundieron con la española. Con el paso del tiempo el desarrollo de la identidad y la nación crearon las condiciones para el surgimiento de la cultura cubana y con ello sus manifestaciones.

El lugar de concentración poblacional de acuerdo a las posibilidades económicas en el inicio de la fundación y apogeo de la villa, se estableció en las cercanías de la Iglesia Parroquial Mayor, (que identifica la ciudad) y a pocos pasos del puente que en el período de la colonia sirvió para unir el camino hacia Trinidad, arteria comercial que llevaba hasta la costa y se veía interrumpida por el cauce del Río Yayabo; su construcción data del período comprendido entre 1817 y 1831 y su empedrado fue característico de la época. Por su valor histórico fue declarado Monumento Nacional el 21 de febrero de 1995 y hoy es uno de los símbolos de la ciudad que la identifica por sus fuertes columnas y arcadas.

La música espirituana es una de las manifestaciones más emblemáticas por sus trovadores. Aún están en las cuerdas de nuestras guitarras las composiciones de Rafael Gómez Mayea (Teofilito), Miguel Companioni, Juan Echemendía, Rafael Rodríguez y Manolo Gallo, reconocidas por su valor internacional; otras expresiones son: la clave espirituana y las tonadas y puntos yayaberos. Es Sancti Spíritus, cuna de tríos y trovadores. Hoy cuenta con exponentes como: el Septeto Espirituano, Coro de Claves, la Parranda Típica Espirituana y el Trío Miraflores que en su repertorio conservan la tradición musical de antaño. En las artes plásticas sobresalieron figuras como: Mariano Tobeñas, Oscar Fernández Morera, Rogelio Valdivia, pintores que abordaron entre sus temas retratos de familias, rincones coloniales y marinas entre otros. Son meritorios también con sus creaciones artistas más contemporáneos como: Juan Rodríguez Paz (El Monje, ya fallecido), Antonio Díaz (nombrado como el pintor de la ciudad), José Perdomo, Julio Neira, Félix Madrigal, Luis García Hourrutinier, entre otros.

En la literatura se destaca la poesía, la décima y la narrativa en figuras como Tomás Álvarez de los Ríos, Francisca Hernández de Zamora, César Cancio Madrigal, Miguel Galiano Cancio, Esbértido Rosendi Cancio (nombrado el poeta de la ciudad) y otros.

Trinidad

Ubicada en la central provincia de Sancti Spíritus, la antaño conocida como Villa de la Santísima Trinidad tuvo su origen hacia el 1514, para colocarse entre las siete primeras villas fundadas por los españoles en el archipiélago cubano. Como detenida en el tiempo, regala al visitante los extraordinarios encantos de una vivaz ciudad museo enclavada entre el mar y la montaña. Fue una de las primeras siete villas de Cuba, siendo hoy junto con la Habana Vieja, una de las pocas ciudades latinoamericana que han conservado su entorno arquitectónico y urbano original, sin haber sufrido modificaciones sustanciales, por lo que mucho creen estar viendo una ciudad detenida en el tiempo. Se ubica en el sur de la provincia de Santi Spiritu. También llamada la Ciudad Museo de Cuba, tiene el privilegio de ser una de las localidades coloniales del país y califica además entre los conjuntos arquitectónicos más completos y conservados del continente americano, de ahí que sea considerada como una de esas ciudades que invitan a recorrerlas de punta a punta. Las construcciones combinan el estilo neoclásico con detalles del barroco y el rococó adaptado al trópico.

El signo decorativo característico de las viviendas de la ciudad tiene su base en la ornamentación neoclásica, reflejada en murales, molduras, marcos de madera y en las caprichosas formas que los forjadores del hierro lograron imprimirle, para que se convirtiera en uno de los mayores encantos de la ciudad. Casonas coloniales, amplias, cómodas y ventiladas, palacios donde el lujo y el derroche hicieron de las suyas para integrarse al arte colonial cubano fueron las esencias que la UNESCO tuvo en cuenta para declarar a esta ciudad Patrimonio de la Humanidad.

Verdadero tesoro de las más diversas riquezas, la villa extendió sus límites en el siglo XVI, apoyada en la incipiente industria azucarera, para crecer como un núcleo urbano entre rejas de singulares formas, llamativas edificaciones y calles empedradas.

Cuenta la historia que el sitio escogido por el Adelantado Diego Velásquez para la fundación esta donde se localiza actualmente el Parque Martí, con la primera misa a la sombra de un jigüe y a cargo del padre Fray Bartolomé de las Casas.

Hacia el siglo XVII cobran forma en la villa las principales actividades económicas, centradas en la ganadería, el tabaco y comercio de contrabando, para finalmente orientarse en el siglo XVIII hacia la industria azucarera, hasta llegar a ser en 1827 la urbe de mayor cantidad de inmuebles de mampostería y tejas por habitantes de Cuba.

Es así que Trinidad es hoy en día uno de los sitios más visitados de Cuba y constituye un polo turístico que combina historia, cultura, naturaleza, sol y playa.

Cienfuegos

Es considerada la más joven de las capitales provinciales del archipiélago. Fue fundada el 22 de abril de 1819 por colonos franceses como una ciudad marina, con la ambición de nunca morir de olvido, zigzaguea a una de las mejores y más bellas bahías del mundo, la Bahía del Jagua, un bolsón de 88 kilómetros cuadrados en el mismo centro de la costa meridional de la Antillas Mayores que se destaca por sus dimensiones, calado y seguridad. Es una urbe orgullosa de su historia a pesar de que no pertenece a la estirpe de las primeras siete villas fundadas durante la colonización de la tierra cubana.

La ciudad de Cienfuegos, de calles anchas, trazadas con una simetría perfecta, limpia y culta por tradición, se ubica al sur de la región central de Cuba, con costas al mar Caribe. Limita al norte con la provincia de Villa Clara, al oeste con Matanzas, al este con Sancti Spíritus y dista 256 kilómetros al sudeste de la capital cubana. La ciudad que nació bajo el nombre de Fernandina de Jagua por estar inicialmente contenida dentro de un territorio de mayor extensión que los aborígenes llamaban Jagua, sobresale por la perfecta conjugación de las joyas naturales del entorno con las fabricadas por las manos de sus hijos a lo largo de casi dos siglos y que son muestra del estilo magistral de sus fundadores por sus rectilíneas calles y las señoriales edificaciones de marcado carácter ecléctico, sus edificios terminados en cúpulas, sus parques, plazas y monumentos que hacen de Cienfuegos un verdadero resumen de estilos como el neoclásico, el art nouveau y el art déco.

Entre las primeras riquezas sobresalen además de la mencionada bahía con sus islotes, las cercanas montañas de Guamuhaya que le tienden un semicercos verdeazulado por el sureste y el mar Caribe, escenario de lujo para el buceo, que guarda entre sus tesoros al coral Notre Dame, fantástica catedral en el silencioso reino submarino.

La arquitectura de la ciudad, de inspiración francesa, ecléctica en mayor grado, pero con una indeleble huella neoclásica, figura entre los dones aportados por el hombre.

Este universo de multiplicidad de formas, colores y aromas llevó a la UNESCO a declarar a Cienfuegos como Patrimonio Cultural y Arquitectónico de la Humanidad.

La culinaria cienfueguera no se escapa a la influencia del mar y es por tanto que los elementos de la culinaria en el territorio se vinculan a las langostas, camarones, las ostras y la jaiba. Entre los platos más famosos y distintivos son: Camarón al diablo, Camarón empanizado, Langosta Grillada, Cóctel de Langosta, Harina con jaiba y Paella.

La condición de capital cubana de la náutica es una buena razón para visitar a Cienfuegos, escenario desde 1997 de grandes premios internacionales de lanchas veloces, remos, velas, kayak, pesca al cordel, canoa y esquí son otras manifestaciones deportivas que encuentran escenario adecuado en la bahía cienfueguera, considerada la mejor pista acuática natural de Cuba.

Cienfuegos al igual que en toda Cuba ha estado vigente la música tradicional cubana, como lo es el son, la guaracha, el chachachá y el bolero; y ha sido cuna de disímiles representantes de los diversos géneros, por ejemplo: El Septeto Tradicional de Son “Los Naranjos”, La Orquesta “Aragón” y El famosísimo Bárbaro del Ritmo, quien dedicó a esta ciudad canciones reconocidísimas, Eusebio Delfín, Rafael Lay cultivador del chachachá, Ernesto Jorín y Frank Fernández.

3.3 Diagnóstico de recursos y atractivos históricos culturales Cuba Central

Las ciudades objeto de estudio poseen grandes potencialidades para el desarrollo turístico por sus valores arquitectónicos, culturales e históricos, además por la favorable situación geográfica que poseen, constituyendo estas, plazas importantes con amplias posibilidades para el desarrollo del Turismo y en específico del Turismo Cultural el cual ha ido ganado un lugar preferencial en las demandas turísticas a nivel mundial; es por esta razón que resulta sumamente importante el desarrollo de una estrategia turística en las localidades que cubra las expectativas y necesidades de la creciente demanda del turismo en la ciudad. Entre los tipos de patrimonios culturales que podemos encontrar en estas ciudades encontramos:

- Sitios patrimonio-culturales
- Museos
- Patrimonio cultural móvil (pinturas, esculturas, grabados, entre otros).
- Artesanías
- Tradiciones orales
- Eventos festivos
- Ritos y creencias
- Música y canciones
- Artes escénicas (danzas, representaciones)
- Medicina tradicional
- Literatura
- Tradiciones culinarias
- Deportes y juegos tradicionales

Entre los principales Atractivos históricos y culturales presentes en dichas ciudad encontramos:

En Santa Clara:

- Monumento a la Fundación/Iglesia del Carmen y su entorno
- Centro Histórico de la ciudad: el añejo teatro de la Caridad; la casa de la cultura; el Museo de Artes Decorativas; la biblioteca José Martí.

- Parque Vidal: La Glorieta de la música construida en 191; el obelisco de granito gris y rosa; la fuente llamada del *niño de la bota infortunada o la fuente bota infortunada*; la estatua de Marta Abreu.
- Casa de la Ciudad
- Conjunto Escultórico: ERNESTO CHE GUEVARA.
- Tren blindado
- Mitos y leyendas populares.

En Remedios:

- Centro Histórico de la Ciudad.
- Iglesia Parroquial Mayor de San Juan Bautista (Iglesia Mayor).
- La iglesia de Nuestra Señora del Buen Viaje.
- La Plaza de la Reina Isabel II.
- Museo Municipal de Historia “Francisco Javier Balmaseda”.
- Museo de la Música: “Alejandro García Caturla”.
- Museo de las parrandas remedianas.
- Tienda de arte el Boquerón.
- Sala de Fiestas El Güije.
- La Estatua de La Libertad.
- Las populares parrandas
- Mitos y leyendas populares

En Sancti Spíritus:

El invaluable potencial de la ciudad de Sancti Spíritus radica en el patrimonio que conserva, esencialmente, en su centro histórico que actualmente es uno de los conjuntos arquitectónicos más notables del país.

- La Plaza Mayor (Parque José Manuel García).
- La Plaza de Jesús (Parque Honorato).
- Plaza de San Francisco (Parque Serafín Sánchez).
- Plaza de la Caridad (Parque Maceo).
- Plaza de Santa Ana (Parque de Santa Ana).
- Plazoleta del Vicario (Plazoleta de Diego Dorado).
- Plazoleta San Gabriel (Plazoleta Ciro Redondo).

- Plazoleta de San Alejo (Parque Agramonte).
- Plazoleta de Camejo (Plazoleta Hanoi).
- Puente sobre el río Yayabo.
- Iglesia Parroquial Mayor
- Biblioteca Pública Rubén Martínez Villena.
- Casa de la Cultura.
- Casa de la Trova:
- Mezón de la Plaza.
- Hotel Plaza.
- Museo de Historia.
- Museo de Arte Colonial.
- Casa de Promociones Musicales.

Murales más representativos:

- El mural del gobierno
- Mural de la Quinta y Santa Elena.
- El mural de la Bolera.
- El mural de la carretera central.

En Trinidad:

- Museo Municipal de Historia (Palacio Cantero):
- Museo Romántico:
- Museo de Arqueología museo de Arquitectura:
- Museo Nacional de Lucha Contra Bandidos:

Las construcciones religiosas más notables son sin lugar a dudas, la Ermita de La Candelaria de la Popa del Barco, la Iglesia Parroquial Mayor Santísima Trinidad, la Ermita de Santa Ana y el Convento de San Francisco de Asís, las cuales están distribuidas en los diferentes barrios de la ciudad. Además se desarrollan actividades culturales con motivos religiosos como las fiestas de San Juan, San Pedro, Santa Elena, Semana Santa en las que participa de forma masiva el pueblo. Se practica, además, el espiritismo y la santería. Relacionado con estas creencias, supersticiones y procederes mágico-

religiosos, laten en la memoria del pueblo leyendas y mitos consideradas por algunos verdades históricas ya dispersas en la propia vida.

En Cienfuegos:

- Fortaleza de Nuestra Señora de los Ángeles de Jagua:
- Parque José Martí:
- Palacio de Gobierno
- Teatro Tomás Terry
- Palacio Ferrer:
- Museo Provincial
- Catedral Purísima Concepción
- Fondo de Bienes Culturales
- Palacio de Valle
- Cementerio de Reina
- El Paseo del Prado
- Mitos y leyendas populares

Es necesario agregar además que la culinaria cienfueguera no se escapa a la influencia del mar y es debido a eso que los elementos de la culinaria en el territorio se vinculan a las langostas, camarones, las ostras y la jaiba. Entre los platos más famosos y distintivos son: Camarón al diablo, Camarón empanizado, Langosta Grillada, Cóctel de Langosta, Harina con jaiba y Paella. Constituyendo esto un significativo valor cultural que forma parte del llamado patrimonio vivo de Cienfuegos también lo es la tradición culinaria dentro de la que se destaca la langosta grillada y el camarón al diablo. .

Ver Anexo3: Análisis de los recursos y atractivos turísticos

3.3.1 Estructura y localización de la planta turística e infraestructura de apoyo.

Establecimientos de alojamiento turístico hotelero:

- Hotel Villa la Granjita Hostal Mascotte, se encuentra en Santa Clara y se caracteriza por ser una típica granja del campo cubano, ostenta la categoría de tres (3) estrellas.

- Hotel Islazul Santa Clara Libre: El Hotel Islazul Santa Clara Libre, está ubicado en el centro de la ciudad de Santa Clara con categoría de 3 estrellas.
- Hotel los Caneyes: Instalación 3 localizada en Santa Clara
- Hotel “Mascotte”: Se encuentra situado en el centro urbano histórico de la ciudad de Remedios, en él se combina con perfecta armonía, los aires de la modernidad con el notable ambiente colonial.
- Hotel La Unión: Bajo la categoría 4 estrellas, opera en la ciudad de Cienfuegos con 49 habitaciones.
- Club Amigos Rancho Luna: ubicado en la playa Rancho Luna, este hotel categoría 3 estrellas es propicio para quienes disfrutan del buceo.
- Faro Luna: Acogedor hotel de categoría 3 estrellas que posee un entorno subacuático favorable para la práctica del buceo.
- Hotel Jagua: Bajo la categoría 4 estrellas, es una emblemática instalación de la hotelería cienfueguera que se distingue por la calidad de su oferta.
- Hotel Pasacaballo, con 188 habitaciones, categoría 3 estrellas, previsto a pasar a turismo de salud está remodelándose.
- Hotel Zaza: Junto al río y el lago que le dan nombre, y entre las ciudades de Sancti Spíritus y Jatibonico, el Hotel Zaza, con categoría 3 estrellas.
- Hotel Plaza: Se encuentra en el corazón de la villa de Sancti Spíritus es una instalación que recrea elementos arquitectónicos del período colonial con 29 habitaciones. Ostenta una categoría de 3 estrellas.
- Villa Rancho Hatuey: Posee categoría de 3 estrellas, ubicada en Sancti Spíritus.
- Villa los Laureles: Por su ubicación en uno de los extremos de la ciudad, ubicado en Carretera Central Oeste, Km. 283, Santi Spíritus.
- Hotel Brisas Trinidad del Mar: Con una capacidad de 241 habitaciones, se ubica en la península de Ancón, en las proximidades de Trinidad, rica en valores histórico-culturales.

- Hotel Costa Sur: símbolo del turismo de sol y playa de Trinidad, con unas 191 habitaciones. Bajo la categoría 3 estrellas, el hotel se encuentra ubicado en la Punta María Aguilar, aledaño a la playa del mismo nombre.
- Hotel Las Cuevas: Se ubica a poca distancia del centro histórico de Trinidad, cuyo nombre responde al conjunto de grutas ubicadas en la elevación donde fue construido hace más de cuatro décadas y que se integran a la instalación.
- Dentro del Centro Histórico de Trinidad existe un hotel La Ronda, el cual ofrece servicio tanto al turismo internacional como al nacional, también se incluye el hotel Iberoestar Trinidad y un hostel.

Infraestructura de apoyo:

Transporte: Se cuenta con el Grupo Empresarial Transtur que tiene como principales productos los Ómnibus Transtur, taxi OK y Cubacar, así como brinda servicios de renta de autos sin chofer y servicios de ATV (Atención Técnica en la Vía). Además contamos con Havanautos perteneciente a la agencia de Viajes Havanatur. Sancti Spíritus cuenta con tres aeropuertos para naves de mediano porte, uno en San José del Lago, balneario de aguas minero-medicinales, Yaguajay, otro en el municipio cabecera, Sancti Spíritus y el más significativo por el volumen de operaciones que realiza, el de Trinidad. Este último realiza operaciones con los aeropuertos que están situados en los principales polos turísticos del país: Varadero, Cayo Coco, La Habana, Holguín y Cayo Largo. El servicio Aeroportuario de la Ciudad de Cienfuegos, posee una pista de una longitud actual de 2400.0 m. La cual está en proceso de ampliación hasta 2800.0 m, posibilitando asimilar operaciones con aeronaves de gran porte con un mayor número de pasajeros a mayores distancias. Santa Clara cuenta con el aeropuerto Abel Santa María, situado con 3000m propios para aviones de gran porte que se propone acondicionar como aeropuerto internacional, pero facilita el arribo de vuelos nacionales.

Entidades de restauración: Existen diversas entidades de restauración en las cuales se degustará de una gran fiesta para los sentidos, conociendo el exotismo y la delicadeza de los platos típicos y también de los más elaborados.

Será una opción de lujo donde en el paladar quedará el gusto irreplicable de recetas de antaño y de la alta cocina nacional elaborada por experimentadas y hábiles manos. Se presentarán instalaciones donde el buen gusto y la personalidad son la carta de garantía, a continuación se presentarán las que por sus características resultan más atractivas para los fines de esta tesis de maestría:

En Santa Clara: La Concha: Carretera Central, Esq. Danielito, Santa Clara.

En Remedios: Finca La Cabaña: Carretera Remedios- Caibarién Km. 3, Villa Clara. Especialidad: Comida Criolla; Cafetería el Louvre: Inaugurada el 19 de octubre de 1866 es la cafetería más antigua de Cuba que aún presta servicios. Actualmente ofrece servicios de comidas ligeras bar destacándose el cóctel Ponche de la Parroquia, que se bebía desde 1820 en las frías madrugadas de la celebración del 24 de diciembre, y cuya combinación de ingredientes solo es conocida por sus cantineros. Se localiza en la calle Máximo Gómez 122 / Pi Margall e Independencia. Remedios, Villa Clara.

En Sancti Spíritus: Restaurante Mesón de la Plaza: Es un restaurante especializado en la comida española-cubana. Oferta almuerzos y comidas y su especialidad es el Garbanzo Mesonero que se sirve a la francesa en pozuelos de barro elaborados por alfareros espirituanos. También oferta el cóctel “Sangría Mesonera”, que resulta muy atractivo entre los visitantes; Restaurante Quinta de Santa Elena: Se brindan almuerzos y comidas cuya especialidad es la comida criolla; Restaurante El Shangháí: Restaurante de 2da Categoría que se especializa en comida china. Sancti Spíritus. Entre los platos que oferta se encuentran: Rollitos de Primavera, sopa de vegetales, pollo agridulce, chop suey de cerdo y pollo, chop mein de cerdo y de pollo, arroz frito, arroz con vegetales, bebidas y refrescos.

En Trinidad: Restaurante el Jigüe; restaurante Trinidad Colonial; restaurante Plaza Mayor; restaurante Santa Ana; restaurante Manaca Iznaga; restaurante Mezón del Regidor.

En Cienfuegos: El Cochinito, Villa Yaguanabo, Covadonga, Club Cienfuegos, Polinesio, El Pollito, El Mandarín, El Dragón Dorado.

3.4 Propuesta del producto de ciudades Histórico Patrimoniales.

El producto que se propone incluye concretamente 5 ciudades cubanas: Santa Clara, Remedios, Trinidad, Sancti Spíritus, y Cienfuegos.

En este sentido se adopta una filosofía de actuación que pretende incidir de forma positiva sobre la actividad turística de las ciudades a través, del contacto directo con sus operadores: agentes de viajes, hotelería, restauración, oferta cultural y de ocio, etc.

Este trata de promover la región central como destino turístico en el mercado chino, convirtiendo la actividad turística en una de los motores económicos de las ciudades miembros, agrupar y coordinar la oferta turística de las distintas ciudades que forman el producto para su comercialización y promoción en el mercado internacional chino, consolidar el turismo actual y atraer nuevos flujos turísticos mediante la creación de nuevos productos y la posible recualificación de los ya existentes.

El producto C5 se organiza y configura a partir de los siguientes objetivos:

1. Potenciar al máximo los proyectos que sean considerados de interés común para los habitantes.
2. Dinamizar hacia mercados exteriores el empuje y la fuerza que conforman estas cinco ciudades.
3. La existencia de grandes posibilidades de desarrollo turístico de las 5 ciudades, consideradas estas, como un destino turístico conjunto, está dada fundamentalmente por la presencia de diverso atributos, para la definición de estos se tomó como información la información sobre el mercado chino presentado en el capítulo anterior.
4. Contribuirá enormemente a la organización del espacio turístico y a la promoción de los elementos del patrimonio, a partir del fuerte componente histórico cultural como elemento principal y atributo básico que potencia el producto turístico cultural, logrando con esto convertir al producto ofertado en un paladín de lo genuino, de las raíces, de la gastronomía autóctona, de la cultura y la historia local, creando un

espacio donde todas las personas implicadas sepan estar y pertenecer a ese efecto planetario que es el turismo cultural sin perder las características de sus orígenes.

5. Se basará en la calidad de los servicios incluidos en el producto como referencia significativa, partiendo de una nueva fórmula donde prime la satisfacción del cliente y la adecuación de lo ofrecido a sus necesidades y expectativas, con el objetivo de obtener y mantener una posición competitiva en el mercado.
6. Se aprovechará la infraestructura existente que posibilitará el montaje de una base de operaciones flexible y móvil, que permita una protección a los costos y el uso de rutas y recursos no convencionales, en aras de garantizar la competitividad del producto.
7. Asociar a todos los agentes turísticos de la ciudad con objeto de elaborar un plan común de desarrollo del turismo en la ciudad que contribuya a la configuración de las 5 ciudades como ciudades turísticas en la que permanecer más de un día.
8. Desarrollará servicios no convencionales que permitan la integración y participación de la mayoría de los Grupos Empresariales existentes en el MINTUR y en las diferentes comunidades locales, puesto que se adoptará como premisa el hecho de que el turismo no es un motor de desarrollo aislado, sino un sector que se apoya en el marco general de desarrollo de un territorio y una sociedad, para integrar y aprovechar oportunidades, estructuras y recursos desde los cuales construir nuevas realidades productivas.
9. Contribuirá a diversificar la oferta turística cubana, ya que para el mercado chino el tradicional modelo de sol y playa que de antaño a comercializado Cuba no es de gran disfrute, por lo que es imprescindible si realmente deseamos atraer a tan interesante mercado diversificar la oferta turística, agregándole un interesante complemento al producto de sol y playa, en este sentido las modalidades que potencia el producto en cuestión rondan en el ámbito de la naturaleza, la cultura, la historia.

10. Potenciará la creación de nuevos programas multidestinos y mejorará los existentes, que garanticen la conexión de Cuba con el resto de América Latina y El Caribe, sobre todo con los países que ostentan el Estatus de Destino Autorizado(ADS) dígase Brasil, Perú, Argentina, etc.
11. Potenciará la participación y la interactividad de los clientes con el producto, en escenarios previamente seleccionados.
12. Potenciará el intercambio y vida en las comunidades locales de acogida.
13. Contribuirá a la preservación, desarrollo, y promoción del patrimonio histórico- natural nacional.

En las ciudades presentes en el producto de forma general se busca un turismo cultural que sea respetuoso del entorno y de los habitantes, partiendo de la siguiente premisa: “La oferta cultural, que contempla el patrimonio histórico, artístico y monumental, así como el natural es el mayor factor de diferenciación de un destino turístico de calidad”. Con esta orientación estamos decididos a mantener un sustento económico con base en el turismo pero sin menoscabo de la propia riqueza patrimonial existente, recordemos que: “Una excesiva o total dependencia de los ingresos del turismo para el sustento económico de enclaves históricos, urbanos o rurales no es aconsejable, ya que el turismo por sí mismo nunca podrá llenar de vida estos espacios, y el vaciar ciudades, pueblos o barrios de sus actividades autóctonas, los desnaturaliza y los convierte en zonas artificiales”, porque el turismo cultural es el único capaz de apreciar la diferencia entre lo auténtico y lo falso.; para ello, es muy importante que los propios ciudadanos tengan en cuenta cual es su patrimonio y cómo cuidarlo y que el patrimonio cultural no se debe considerar esencialmente como un recurso turístico, sino como un bien patrimonial que puede servir al ámbito del turismo y que, por lo mismo, la connotación del patrimonio debe reconocerse como un factor de identidad de memoria histórica, de cohesión entre los habitantes y de baluarte de la nación.

Es entonces cuando se define como concepto del producto mostrar, un producto temático que proponga disímiles ofertas que incluyan desde la ampliación del conocimiento personal hasta la experimentación de nuevos y

excitantes sentimientos y emociones que enriquezcan la espiritualidad. Tomando como base y guía el concepto de patrimonio cultural que incluye todos los elementos, tanto tangibles como intangibles que forman parte de la creación y el intelecto de un pueblo, y sus recursos naturales; es por tanto que la elaboración de este producto cultural se favorece al poseer una gran cantidad de recursos que estimulan la creatividad y aseguran la variedad y autenticidad en el mismo, sumergiéndonos de ese modo en la Cuba de lo cotidiano, la de pequeños pueblos laboriosos colmados de historia que favorecerán la concepción de una imagen diversificada, de cubanía y sostenibilidad del destino, permitiendo que este se haga un espacio perdurable en el imaginario de los consumidores.

Propuesta del Programa.

Día 1^{ro}:

1. Llegada por el Aeropuerto Abel Santamaría de Santa Clara.
2. Chek in en el Hotel Villa la Granjita.
3. Cena y noche libre por el disfrute de las actividades nocturnas propuestas por la Villa.

Día 2^{do}: Ciudad, Cultura e Historia:

1. Desayuno en el hotel.
2. Transfer a la ciudad de Santa Clara, donde se les dará una breve reseña del origen de la misma.
3. Recorrido por el centro histórico de la ciudad de Santa Clara.

Número de Paradas:

Parada 1: Tren Blindado, donde observarán la historia viva (museo), además podrán adquirir objetos relacionados con las acciones que se realizaron en dicho lugar, así como fotos y otros elementos distintivos del Guerrillero Heroico.

Parada 2: Puente de la cruz, donde tendrán la oportunidad de ponerse en contacto con lo relacionado a la fundación. Observación de la historia viva a partir del disfrute de una exposición sobre la fundación de la ciudad.

Parada 3: Parque de Carmen.

Parada 4: Recorrido Fábrica de Tabaco LV9.

Parada 5: Visita a La Veguita, donde se les ofertará una variedad de rones y degustarán del café nacional.

Parada 6: Almuerzo en el restaurante 1878 que cuenta con una oferta variada de platos tradicionales (a la carta).

Parada 7: Paseo por el centro histórico urbano, con tiempo libre para fotos y compras.

Parada 9: Visita al Conjunto Escultórico Comandante Ernesto Che Guevara

Parada 10: Visita a la Loma del Capiro.

Parada 11: Regreso al Hotel Villa la Granjita

Opcionales Nocturnas (Teatro "La Caridad, Cabaret El Bosque, Bar-Club "Boulevard", Casa de la Ciudad, Museo Artes Decorativas, entre otros, a elección del cliente).

Día 3^{ro}: Excursión a Remedios.

Desayuno en el hotel

Salida hacia Remedios.

Número de Paradas:

Parada 1: Museo Municipal de Historia "Francisco Javier Balmaseda", entidad que pondrá en contacto al visitante con la historia e identidad local remediana, gracias a la reseña histórica impartida por el historiador de la ciudad.

Parada 2: Iglesia Parroquial Mayor de San Juan Bautista (Iglesia Mayor) donde el cronista de dicha iglesia, persona de vasta cultura y conocimientos en la materia, dará una explicación de toda la historia religiosa y arquitectónica de esta joya de inigualable belleza.

Parada 3: Cafetería el Louvre donde se les dará a conocer toda la historia relacionada con la misma, destacando las célebres figuras de la cultura nacional e internacional que la han visitado y podrán degustar lo que deseen.

Parada 4: Glorieta de la Plaza Isabel II o Plaza José Martí donde el turista podrá apreciar toda la arquitectura colonial de este casco histórico de la ciudad declarado Monumento Nacional el 7 de marzo de 1980.

Parada 5: Museo de la Música: “Alejandro García Caturla” donde se les explicará la vida y obra de este importante compositor cubano y además podrán apreciar numerosos elementos de su quehacer artístico.

Parada 6: Iglesia de Nuestra Señora del Buen Viaje.

Parada 7: La estatua de la Libertad donde podrán apreciar una verdadera obra de arte.

Parada 8: Almuerzo en el hotel Mascotte dónde tendrán la oportunidad de degustar de exquisitos platos criollos.

Parada 9: Museo de las Parrandas donde un promotor cultural les dará a conocer toda la evolución histórica de estas populares fiestas desde su surgimiento hasta la actualidad y además el visitante podrá apreciar una impresionante exposición de todos los elementos que las componen.

Parada 10: Tienda de arte el Boquerón donde podrán apreciar y adquirir hermosas piezas de cerámicas de la cultura popular tradicional cubana y local.

Resto del de la tarde libre donde podrán recorrer la ciudad o descansar.

Parada 11: Sala de Fiestas El Güije donde se les brindará servicios de recreación a partir de un espectáculo que recreará toda la historia y tradiciones medievales. En este lugar se efectuará la cena.

Día 4^{to}: Transfer a Sancti Spíritus

Número de Paradas

Parada 1: Visita guiada a la Iglesia Parroquial Mayor (Monumento más antiguo).

Parada 2: Traslado al Puente sobre el río Yayabo.

Parada 3: Presentación del Teatro Principal.

Parada 4: Visita al Museo de Arte Colonial.

Parada 5: Almuerzo en la Quinta de Santa Elena (su especialidad es la comida criolla), con acompañamiento de tríos.

Parada 6: Recorrido por el Boulevard espiritano. El guía será el encargado de orientar al turista sobre los lugares a visitar. Primeramente le dará a conocer a los visitantes el tema del boulevard (“La ciudad, su gente y su cultura”) donde mostrará las interesantes estatuas dedicadas a los personajes populares de la ciudad (Francisquito, Fernández Morera y Cerapio). *Entre los lugares que el*

turista podrá visitar se encuentran: tiendas turísticas (especialmente el Fondo de Bienes Culturales). Aquí el turista podrá adquirir si desea cerámicas, tejidos, cuadros, adornos, etc. de creación local, Galería de Arte Oscar Fernández Morera, UNEAC (Unión Nacional de Escritores y Artistas de Cuba), portales de la Casa de la Cultura. Aquí se presentan un número considerable de creadores aficionados que con sus obras, evidencian el enorme potencial creador de nuestro territorio.

Parada 6: Transfer a Trinidad

Parada 7: Check in el Gran Hotel Trinidad

Resto del día libre

Día 5^{to}: City Tour Trinidad

Parada 1: Recorrido por el centro histórico de Trinidad

Tiempo libre en el mercado artesanal

Parada 2: Almuerzo en el Mesón del Regidor

Parada 3: Salida para el Valle de los Ingenios, donde se visitará el mirador y la hacienda de la familia Iznaga, con la opción de disfrutar de un delicioso guarapo.

Retorno al hotel

Día 6^{to}: Transfer para Cienfuegos

Parada 1: Visita al mirador de Topes de Collantes para visitar de una hermosa vista panorámica del Mar Caribe y de la ciudad de Trinidad.

Luego se continuará con el traslado a la ciudad de Cienfuegos.

Parada 2: Alojamiento en el hotel Jagua de Cienfuegos.

Cena Opcional en el hotel

Parada 3: Disfrute del espectáculo artístico en el club Beny Moré, que incluye un cóctel de bienvenida.

Día 7^{mo}: City Tour Cienfuegos

Parada 1: Recorrido por la ciudad, con visita al Teatro “Tomás Terry”, Prado, Catedral, Parque “José Martí, Malecón y Palacio de Valle.

Tiempo libre para compras en el Boulevard.

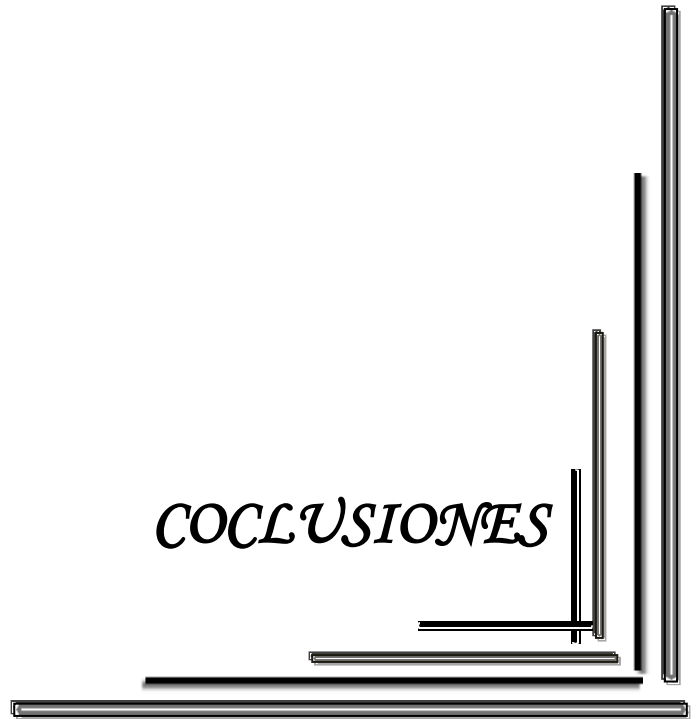
Parada 2: Almuerzo en el club de la Ciudad de Cienfuegos.

Transfer a la Ciudad de la Habana.

3.5 Conclusiones del tercer capítulo

1. El procedimiento utilizado permitió diseñar un producto turístico integrado, y auténtico, que posibilitó recrear en una ruta temática la historia y las riquezas histórico culturales de la región central
2. Es necesario tener presente para la promoción del producto en el mercado chino las características que presentan las principales regiones de emisión, que son: Beijing, Shanghai y Guangzhou. Estas son además las tres áreas que generan la actual explosión turística del país. Para los residentes en Beijing, el principal canal de información turística son los miembros de la familia y amigos, siguiéndole los programas de televisión y los comerciales. Los anuncios y los artículos de periódicos ocupan el tercer lugar. Para los habitantes de Shanghai, la primera fuente de información turística son los anuncios de televisión, el periódico y las revistas. La recomendación de amigos viene después. Los brochures también desempeñan un cierto papel.

COCLUSIONES



CONCLUSIONES

La investigación desarrollada permitió arribar a las conclusiones siguientes:

1. Iguales que la cenicienta, las ciudades históricas despiertan de alguna manera del sueño en que las había sucumbido el Turismo de Sol y Playa, pero ciertamente la relación entre estas y el Turismo Cultural aumenta y se hace más fuerte con el paso del tiempo, y esta proporción va más allá de un compendio de monumentos; aunque los turistas no lleguen a conocer todos los elementos de la ciudad, ellos buscan sentirse identificados con ella, con su cultura y sus gentes. El Turismo en ciudades históricas se ha convertido en algo más que una oferta de ocio, se ha convertido en un intercambio cultural donde anfitrión y visitante valoran y respetan los elementos que los hacen diferentes culturalmente, es el momento idóneo para que se produzca un intercambio cultural.
2. Sin lugar a dudas, está emergiendo un nuevo turismo que busca 'viejos recursos para nuevos turismos', lo cual confirma la frase *nada se pierde, todo se transforma*, al encontrarnos ante la creación de nuevos productos turísticos que ponen en valor un rico pasado histórico y cultural, muchas veces olvidado. Se puede decir, entonces, que se está ante una humanización del turismo”, ya que se está generando un cambio en los elementos de atracción que originan los flujos turísticos, y al mismo tiempo, los nuevos turistas experimentan un cambio de sensibilidad y demandan una mejor calidad de vida.
3. Es ineludible tener y mantener un modelo de visitante más informado, más educado, más interesado en la historia y el patrimonio cultural y por supuesto más respetuoso de los sitios; se busca que los visitantes, independientemente de su estatus socioeconómico, puedan destinar recursos al conocimiento de una ciudad patrimonial.
4. China está creciendo de un modo impresionante, y esto llevado al mundo de los viajes equivale a que en el 2003 fueron 20 millones los chinos que salieron de su país a viajar, al año siguiente la cifra aumentó a 31 millones y se estima que para el año 2020 la cifra sea de cien millones, que traducido a

cosas cercanas, equivaldría a más de dos veces la población de España (o sea, que dos Españas se dispersaran por el mundo).

5. La acelerada expansión del turismo de China hacia el exterior impulsó la economía global, de ahí que el creciente número de turistas chinos no sólo haya exportado beneficios económicos, sino que también ha promovido los intercambios culturales, por consiguiente para Cuba la prosperidad de China es una buena oportunidad.
6. Cuba central posee una riqueza patrimonial única, rica y diversa, que la representa y caracteriza, y en conjunto puede potenciarse y fortalecerse como producto integrado, que oportunamente gerenciado generará nuevos recursos para la región y precisamente la fortaleza y potencialidad del del 'nuevo producto' creado está basada en su autenticidad y singularidad, y su atractivo reside, justamente, en que no son tan fáciles de encontrar en otras latitudes, ni en los destinos turísticos convencionales.
7. **“La oferta cultural, que contempla el patrimonio histórico, artístico y monumental, así como el natural es el mayor factor de diferenciación de un destino turístico de calidad”**. Queda pues un largo camino por hacer y es responsabilidad de todos, asumir el papel que nos corresponde en el desarrollo de nuestros destinos turísticos como destinos culturales. Como se suele decir, el tiempo dará y quitará razones.

RECOMENDACIONES



RECOMENDACIONES

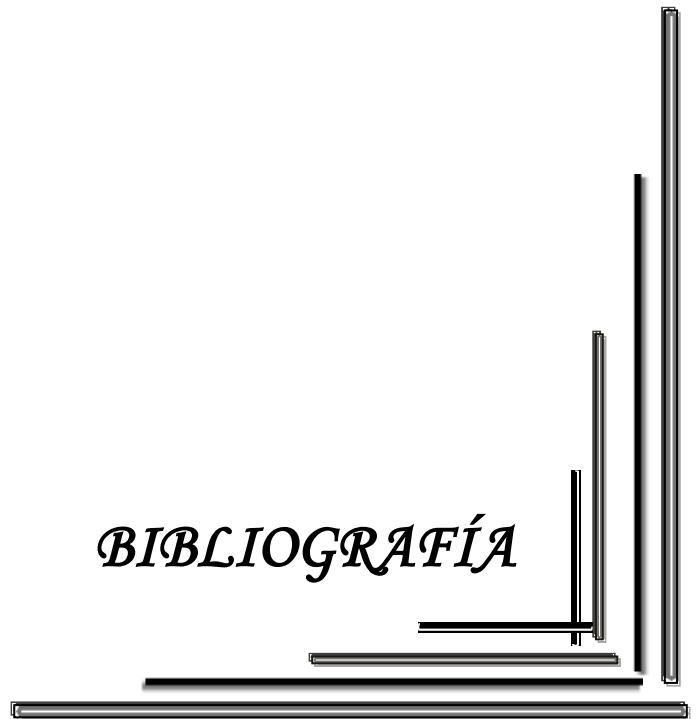
Analizadas las conclusiones se recomienda

1. Realizar estudios Socioculturales que faciliten el intercambio entre los turistas y los pobladores locales, para una mejor interpretación del fenómeno turístico por éstos últimos, por lo que se hace necesario exhortar a los a los ciudadanos, a preocuparse por conocer sobre su historia y cultura porque cuanto más se conozca más se amará, pues no se puede amar lo que no se conoce.
2. Desarrollar acciones promocionales por parte de los gestores turísticos en coordinación con las entidades culturales de la localidad, encaminadas a lograr posicionar los valores culturales que presenta la región en la mente de los turistas y de las comunidades locales, y al mismo tiempo deben elaborar y difundir material promocional que favorezca la identificación de los bienes de interés turístico como recursos relevantes.
3. Las entidades turísticas por una parte deben contribuir a presentar una oferta auténticamente cubana y por otra potenciar la conservación y/o restauración de esos bienes, incorporándolos como elementos vivos y autosuficientes en el desempeño de sus nuevas funciones, sin perder los atributos que amerita su valor patrimonial e histórico, es decir necesitamos preservar el pasado sin dejar de construir el futuro. Salvaguardar el pasado se torna impostergable solamente en la medida en que ese pasado contribuye a renovar el presente.
4. Teniendo presente que la Organización Mundial del Turismo (OMT) sitúa a esta nación asiática en el horizonte del 2020 como el quinto país emisor de turistas del mundo, debido a esto Cuba tiene que ponerse las pilas si quiere atraer al mercado en cuestión, atendiendo a una serie de peculiaridades culturales como el idioma, los hábitos sociales y hasta los gustos para la comida en este sentido debe:
 - a. Dar información más detallada a las 57 agencias que están registradas ante el gobierno chino para ofrecerles especificaciones de los atractivos turísticos de Cuba (su diversidad cultural,

naturaleza, seguridad), priorizando la actividad de promoción y publicidad preferiblemente en idioma chino y fundamentalmente en Beijing y Shanghai.

- b. Los chinos casi no hablan otro idioma que el suyo, de manera que se les deben ofrecer guías bilingües; por lo que cada día se hace más urgente la necesidad de captar la mayor cantidad de personas tanto chinas como cubanas que tengan los requisitos idiomáticos para desempeñarse como guías turísticos.
 - c. Para los chinos la comida es un acontecimiento social, prefieren las bebidas y platillos calientes y la comida occidental no es mucho de su agrado, por lo que hay entrenar o contratar personal para adecuar la oferta gastronómica, con restaurantes típicos que sirvan sus comidas y platos predilectos y abrir ofertas en diferentes polos turísticos del país para cubrir sus demandas en el recorrido de ciudades que se presenta. Conjuntamente fuman mucho (es recomendable colocar ceniceros en todas partes).
5. Contribuir a que el presente estudio no sea convertido en material de archivo sino en fuente de enriquecimiento espiritual, puesto que este es un paso adelante de una investigación que continua abierta, hay mucho material que revelar, por conocer y proyectos para proponer, en las se puede utilizar el material de este trabajo para su uso turístico, por tanto estas líneas pretenden tan sólo ser un punto de partida y un acicate a la reflexión en relación con el importante fenómeno turístico cultural.

BIBLIOGRAFÍA



BIBLIOGRAFÍA

1. Altés Machín, Carmen. (1995) Marketing y Turismo. Editorial Síntesis.
2. Anido, Gómez-Lubian, Marta. Refranes, costumbres, leyendas y supersticiones en Santa Clara. Signos. Santa Clara. (#42). 1996.70p
3. Arribos a Cuba, cierre 2006. Disponible en: [http://cidtur.eaht.tur.cu/boletines/tendencias/2006/enero-febrero/\(1\)](http://cidtur.eaht.tur.cu/boletines/tendencias/2006/enero-febrero/(1)).
4. Atlés Machín Carmen (1993): Marketing y Turismo. Introducción al Marketing de empresa y destinos turísticos. Madrid.
5. Ayala Castro, Héctor (Agosto de 2001). "Medio Siglo de transformaciones del turismo en Cuba".
6. Bernal Echemendía, Juan Eduardo: Razones de la ciudad que canta. Ediciones Luminaria. Sancti Spiritus, 1999. Cuba. Beltrán Vargas, Luz Cecilia; Gómez Tobón, José Alejandro y López Bandera, Héctor E (Octubre de 2002): Gestión y desarrollo del turismo regional, Módulo IV: Diseño y Comercialización de Productos Turísticos. Universidad de Colombia.
7. Berto, R (1987) La organización de estructuras Revista Alta Dirección (Barcelona) Nro. 111 pág. 397 – 441
8. Boiko Betiana Elizabeth y Cassino Pablo Ariel: Turismo Cultural y Museos (Breves reflexiones)
9. Bravo Jiménez Roberto (2000): Turismo y Administración de la Calidad Total. <http://www.gestiopolis.com> (En línea Abril 2006).
10. Cabrerías Cuello, Migdalia, Una Villa entre dos ríos. Editorial Capiro, Santa Clara, Cuba.
11. Carbonell Sosa, Virgen; Actividad regulatoria medioambiental. Las regulaciones urbanas en el marco de la legislación vigente y en proceso de elaboración.
12. Cárdenas González, Alain. La Gestión Patrimonial y el turismo como proceso de desarrollo sostenible.
13. Cárdenas Tabares Fabio (1995): Producto Turístico. Trillas, México.

14. Casasola, Luís. Turismo y Ambiente. Ediciones Trillas. México.
15. Castañer, Hernández, Migdalia. Esas Casas del arte llamadas Museos. CIDTUR Informa. Año (2). # 3. julio- septiembre 1996.
16. Catálogo de edificaciones y espacios protegidos. Departamento de Planificación Física municipal. Santa Clara. 2002. 30p.
17. China, mercado emisor de turismo (2006). Disponible en: www.unwto.org
18. Colectivo de autores (1995): Estado actual del conocimiento teórico acerca del desarrollo del turismo. Instituto de Investigaciones Turísticas, ULSA Cancún.
19. Colectivo de autores (2005): Material de apoyo sobre mercados emisores. Universidad de La Habana, Cuba.
20. Colectivo de autores, Historia del Municipio de Santa Clara desde sus orígenes hasta 1990
21. Colectivo de Autores (Enero de 2005). "Efectos y Futuro del Turismo en la Economía Cubana". Páginas 30-40.
22. Colectivo de autores (2003); Monumentos Nacionales y Locales de Sancti Spíritus; Ediciones Jarao; Sancti Spíritus; Cuba.
23. Cooper C. Fletcher, J. Gilbert, D. y Wanhill, S. (1997): Turismo. Principios y Práctica. Editorial Diana. México D.F.
24. Cruz, Cabrera, Marianela (2004)]. Plan General de Ordenamiento Urbano de Santa Clara. DMPF. Santa Clara.
25. Cuba, 17 de diciembre de 2007. La celebración por llegar a Cuba dos millones de visitantes de otros países en el 2007 en www.dtcuba.com/ShowReport.aspx?c=86
26. Del Risco Yera, Yoel. Estudios de los Recursos turísticos en ciudades, Caso de estudio: Cienfuegos, Cuba.
27. Díaz Venta, Gerardo (2006). Santa Clara, Más que una ciudad(Panorama Villaclareño)
28. Directorio Turístico de Cuba (1998-2004): Boletín semanal de la industria turística cubana. www.dtcuba.com/esp/buscarreportajes. (En línea 2003)

29. Echarri, Chávez, Maité; Salinas, Chávez, Eduardo. Turismo de Patrimonio en el Centro Histórico de la Habana. 16p.
30. Estadísticas del turismo emisor chino. Agencia de noticias Xinhua. Disponible en: <http://www.spanish.xinhuanet.com/>
31. Estévez, R.: Notas de curso de postgrado de Geografía del Turismo en maestría de la Facultad de Geografía, UH, 1997, inédito.
32. Figuerola Palomo M. (1991): Teoría Económica del Turismo. Alianza Editorial. Madrid.
33. Francesc, J (1996). Las claves del mercado turístico. Como competir en el nuevo entorno. Ediciones Deusto SA, Bilbao, España.
34. García González, Luís, Al pie del Tamarindo. Colección Escambray
35. García, González, Yelena; Román, Torres, Rubí, A (2005). Panorama Cultural de Santa Clara. Trabajo final de Cultura Regional.
36. González Espinosa, Virgilio (1990) Historia del Municipio de Santa Clara desde sus orígenes hasta.
37. González, Manuel Dionisio (1850): Memoria Histórica de la Villa de Santa Clara y su jurisdicción, Imprenta el Siglo, Santa Clara, 1945.
38. Gurría Di-Bella Manuel (1991): Introducción al Turismo. Editorial Trillas. México.
39. Gutiérrez Castillo, Orlando; Gancedo Gaspar, Nélida. Cuba, turismo y desarrollo económico. Centro de Estudios de la Economía Cubana. Universidad de La Habana
40. Gutiérrez Orlando, Gancedo Nélida (2000): Cuba, turismo y desarrollo económico. Centro de Estudios de la Economía Cubana. Universidad de La Habana.
41. Jiménez Guzmán Luis Fernando (1990): Teoría Turística. Universidad Externado de Colombia. Colombia.
42. Jiménez Margolles, María Antonieta (2004): Panorama histórico de la ciudad de Sancti Spiritus. Ediciones Luminaria. Sancti Spiritus,
43. Jiménez Margolles, María Antonieta (1995): Plazas de la Villa del Yayabo. Ediciones Jarao. Sancti Spiritus.

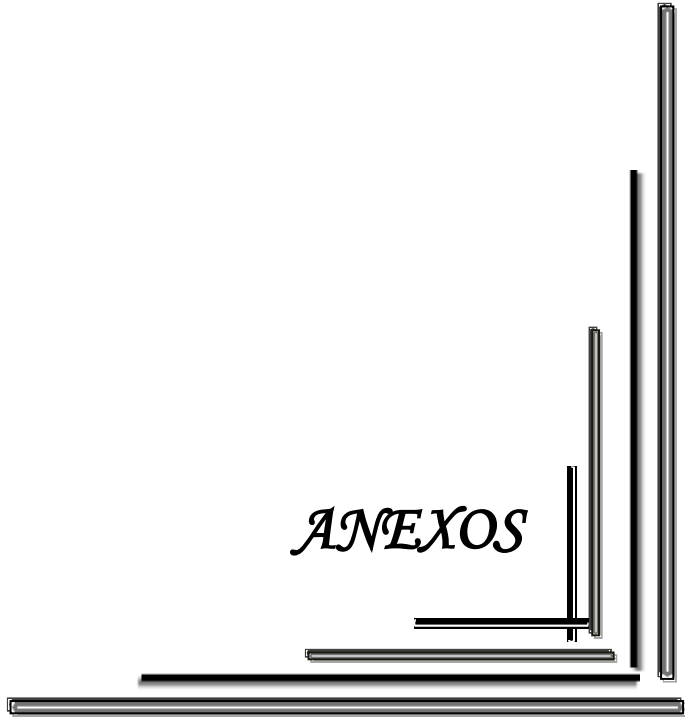
44. Jiménez Martínez, Alfonso (1992): Turismo: Estructura y Desarrollo. México. MacGraw Hill.
45. Leal Eusebio (2005): Patrimonio tangible e intangible dos ópticas, un mismo reto. Perú.
46. Leno Cerro, Francisco: Técnicas de Evaluación del Potencial Turístico, 78 pp, inédito. Cuba
47. León, J. L. China-Cuba y Centroamérica: una relación económica diferenciada. (obtenido a través del profesor Perelló)
48. Li Mengtao (2008). Diagnostico de las Ciudades Histórico Patrimoniales de Cuba Central. Ponencia presentada en el III Taller Internacional de Hotelería y Turismo. Cayos de Villa Clara. 16 – 18 Octubre
49. Lloret Feijoo, María del Carmen; Pozas Morera, Niurka; Valhuerdiz Santana, Alioska. "El Turismo y su Incidencia en el Desarrollo Local de Villa Clara; Cuba".
50. Machado Chaviano, Esther Lidia y Cuevas Romero, Oscar Cuevas Romero ((Marzo 2007). Procedimiento participativo para el diseño de productos turísticos integrados en el destino Cuba.
51. Machado Chaviano, Esther Lidia; Hernández Aro, Yanet. Procedimiento participativo para el diseño de un producto turístico integrado en el destino Cuba
52. Malisani Carlos María (1975): Desarrollo de nuevos productos de consumo. Editorial Librería Nutre, Buenos Aires.
53. Martín Fernández Ramón (2003): Fundamentos del Turismo. EAEHT.
54. Martín Pérez Aleida (2000): "El turismo internacional analizado estadísticamente". Revista Evolución y Tendencias de la Industria Turística. Editorial La Habana, Cuba.
55. Martín Ramón, Rodríguez Ricardo, Ayala Héctor (2003): Textos Básicos de Teoría y Práctica del turismo.
56. Martín, F (, 2006). Cuba y China impulsan comercio bilateral. World Data Service/ septiembre 9
57. Martín, R. (1999) "Desarrollo de productos turísticos". Conferencia.

58. Martín, R. y otros, (2003) "Manual de Teoría y Práctica del Turismo",
59. Martínez Fortún y Foyo, Carlos A., folleto Las Parrandas de Remedios.
60. Matos Rodríguez, Héctor (2007). Turismo Cultural. Disponible en www.hosteltur.com.
61. Medina, N., Salinas, E. y Santamarina, J. (2006) "Desarrollo de Productos
62. Michael Porter, M. (1999) Harvard University. "Turismo en Centroamérica.
63. Milio Balanza, Isabel y Cabo Nadal, Mónica (2000): Comercialización de productos y servicios turísticos. Paraninfo, Madrid.
64. Morales Tejón, Clara Efigenia. Procedimiento para el diseño de nuevos productos (opcionales turísticas) para las Agencias de Viaje de Villa Clara.
65. Nueva Enciclopedia Práctica de Turismo, Hoteles y Restaurantes. Océano Grupo Editorial. España. 2005.
66. Organización Mundial del Turismo (2001): Tendencias de los mercados turísticos: Panorama mundial y actualidad del turismo. Edición provisional.
67. Perelló Cabrera José Luis (2001): Desarrollo y Promoción de Productos Turísticos. CETUR, La Habana.
68. Perelló, J. L. (2005). Introducción a la investigación de mercados turísticos. La Habana: Centro de Estudios Turísticos.
69. Perelló, J. L. (2006). Efecto de las Migraciones en los Flujos Turísticos del siglo XXI. La Habana: Centro de Estudios Turísticos.
70. Perfil de los mercados turísticos emisores: Caso china, Volumen 7. Disponible en: <http://www.sectur.com.mx/>
71. Pope, J. (1995): Investigación de Mercado. 9na Edición. Grupo Editorial Norma. Colombia
72. Pozos Fernández Alberto (1993): Turismo Caribeño. Cuba y el turismo. Editorial Política. La Habana, Cuba.

73. Pozos Fernández, Alberto (1993): Cuba y el Turismo. Actualidad y perspectivas de nuestra industria turística. Editora Política. La Habana.
74. Proyecto Patrimonio Natural de Sancti Spíritus; Centro de Servicios Ambientales; Sancti Spíritus; Jefe de proyecto: Lic. Esteban Acosta Rodríguez.
75. Publicación Interactiva Internacional (2005): "Resumen de las palabras pronunciadas por el Ministro de Turismo Manuel Marrero Cruz en el acto de celebración por el arribo a Cuba de dos millones de visitantes extranjeros". Boletín Turístico. Suplemento especial. Cuba.
76. Reseña de la República Popular China como potente destino turístico internacional (2005), Sección DESTINOS, Evolución y Tendencias.
77. Roala Ramos, Natalia (1985). Fundación de Santa Clara: un curioso caso de nepotismo, Islas, (81).
78. Rodríguez Fariñas Ricardo (2000): Introducción al turismo. CETUR Universidad de La Habana.
79. Rodríguez Fariñas, Ricardo (2006). Desarrollo de Productos Turísticos. Centro de Estudios Turísticos. La Habana.
80. Rodríguez Valle, Juan Enríquez (1995): "El bolero son yayabero". Revista La Pedrada #1. Ediciones Luminaria. Sancti Spíritus.
81. Rodríguez Valle, Juan Enríquez (1986): El Son Yayabero. Editora Musical de Cuba. Ciudad de La Habana.
82. Rodríguez Valle, Juan Enríquez: Música y músicos espirituanos del siglo XIX. Editora Musical de Cuba. Ciudad de La Habana. Cuba.
83. Rodríguez, R. (2005) "Gestión de Destinos Turísticos". CETUR, Cuba.
84. Román Torres, Rubí Arlet. Turismo y Cultura en el centro urbano de Santa Clara: una propuesta para la interpretación del patrimonio cultural.

85. Roque Gómez, Manuel. Patrimonio Cultural y Turismo. Disponible en: http://www.naya.org.ar/turismo_cultural/
86. Rovetta, P. (2004). Carta de Asia-Economía, Número 93 – 1 de diciembre de 2004: Reflexiones y mitos sobre el mercado chino. Barcelona: II Foro Hispano-Chino.
87. Santa Clara: la ciudad de Marta, Libro de Oro, 15 de julio de 1689: Talleres Gráficos del Colegio Las Antillas, Santa Clara, 1954.
88. Soler Grillo Ortelio (2001): Programa de Autoestudio. El Turismo: Economía y Política. Tomo XIV. Editado por la Escuela Superior del Partido. Ciudad de La Habana. Cuba.
89. Soler Grillo Ortelio (2004): El Turismo en Cuba: Economía y Estrategia Socio- Política. Ediciones Balcón. La Habana, Cuba. (2)
90. Torres Moré, Pedro (2006). Gestión Turística Del Patrimonio Cultural, Editorial Félix Varela, La Habana.
91. Wolfe Joe (1999): ¿Cómo escribir una tesis de grado? Monografías.com. (En línea 2004)
92. Yahui, Yu y Martínez Martínez, Carlos (2008) Principales características de China como mercado emisor y su relación con Cuba. Ponencia presentada en el III Taller Internacional de Hotelería y Turismo. Cayos de Villa Clara. 16 – 18 Octubre
93. Zanabria Curbelo, Yudit; Gómez Montano, Mareyi; Rafuls Márquez, Reinier; Torres Stincer, Alex, Turismo Cultural En San Juan De Los Remedios.

ANEXOS



ANEXOS

Anexo 1: Clasificación de las ciudades turísticas

➤ Centros de importancia media.

a) **Las pequeñas ciudades:** Existen muchos pueblos, y ciudades pequeñas que poseen características que las convierten en pequeños paraísos. Estas características pueden ser de cualquier tipo de naturaleza (natural o histórica) e incluso tratarse de una particular forma de cultivo, haciendo de la actividad económica otro atractivo. Lo cierto es que estos pequeños polos son etapas turísticas o centro de veraneo que constituyen puntos de partida para el descubrimiento de una región. El Turismo puede llegar a constituir la principal fuente de empleos y de ingresos para éstas. Muchos son los ejemplos en todo el planeta que demuestran la capacidad de las pequeñas ciudades como excelentes anfitrionas turísticas como lo son Vezelay, situada en lo alto de una colina, o como los pueblos mediterráneos en las montañas, o como los que salpican la vertiente sur de Sierra Nevada en las Alpujarras granadinas y almeriense. Las extrañas peñas de la Meteora en Tesalia albergan monasterios al igual que el monasterio de San Juan de la peña en las proximidades de Jaca (Huesca), que albergó durante siglos el Santo Cáliz. (...). Las islas Borroneas: Isola Bella, Isola Madre, e Isola dei Pecastori, son iguales a la vez por su posición en el centro del lago Mayor y sus jardines y palacios. Todas estas localidades viven esencialmente del turismo. Cuidan su arquitectura y su entorno natural y ofrecen a los turistas variedad de restaurantes y tiendas de recuerdos.

Las pequeñas ciudades que alcanzan en su población cifras entre los millares y decenas de millares de habitantes poseen una mayor variedad de centros y lugares de interés, lo que corresponde directamente con un mejor servicio y mayor capacidad de alojamiento.

El turismo alcanza mayores niveles en aquellas pequeñas ciudades que tienen una mejor ubicación en los largos itinerarios o circuitos turísticos. Zaragoza, por ejemplo, situada en el cruce de las autopistas del Ebro y Madrid –Barcelona, conoce un crecimiento rápido que refuerza su capitalidad aragonesa. El centro

alrededor de la Basílica de Pilar, principal monumento de la ciudad, ha sido peatonalizado parcialmente. Algunas ciudades debido a sus excelentes comunicaciones se han convertido en grandes núcleos urbanos.

b) **Las ciudades de tipo medio:** Son las ciudades que reúnen de unas decenas a unas centenas de millares de habitantes. La actividad turística, a pesar de no ser la única que se desarrolla en estas ciudades, no deja de ser determinante. Los centros históricos o barrios históricos suelen ser los elementos más importantes de la ciudad con una gran fuerza gravitacional sobre la población ya que atrae hacia él toda o la mayoría de la atención. Este tipo de ciudades se encuentra diseminado por todos los continentes y rincones del mundo; Oxford, Siena, Liubliana, San Louis de Senegal, Québec y otras.

El centro histórico muchas veces aún amurallado ocupa el centro de la ciudad, en muchas ocasiones sucede que un solo monumento es el eje central de la ciudad y alrededor de este se estructura la ciudad. No se puede olvidar el papel que desempeñan las grandes plazas y parques en estas ciudades, a su entorno suele concentrarse gran parte de la actividad cultural, económica y social de las mismas.

➤ **Grandes polos turísticos.**

Las grandes ciudades que tienen una función turística pueden clasificarse en tres grandes grupos:

a) **Las ciudades monumentales:** Este tipo de ciudades poseen un rico y amplio patrimonio arquitectónico y artístico diseminado por toda la ciudad, lo que las convierte en grandes museos, con un gran número de monumentos para el disfrute de la población foránea. La temporada alta en el Turismo suele ser en los meses de verano, pero las visitas cortas se mantienen durante todo el año animando la ciudad. Otro de los elementos que tipifica y caracteriza este tipo de ciudades, es la gran diversidad de servicios tanto de alojamiento, como de restaurantes, cafeterías y tiendas, correspondientes con la alta demanda de una población tanto nacional como extranjera. Lógicamente el turismo no es la actividad principal en estas ciudades pero no por esto deja de jugar un papel

importante, su efecto se deja ver con claridad en las pequeñas ciudades cercanas que acogen a los turistas que no se pueden alojar en la ciudad, compartiendo de esta forma parte de los beneficios y de los problemas que el desarrollo turístico pueda ocasionar.

La Europa mediterránea cuenta con varias de estas metrópolis culturales de gran dimensión: Venecia, Florencia y Sevilla tienen una extensión similar son ejemplos representativos. La originalidad de *Venecia* reside en su extraordinario emplazamiento, que impone limitaciones y plantea problemas difíciles de alojamiento y acogida. La ciudad está construida en el centro de una laguna unida a tierra firme por un puente ferroviario y de carretera de 4km. Esta se estructura en torno al Gran Canal y está construida sobre 117 islas divididas por 150 canales y unidas por 400 puentes. La actividad turística se concentra entre la plaza de San Marcos y el puente de Rialto, así como a lo largo del Gran Canal. *Florencia* y *Sevilla* son ciudades de interior, bordeadas por los ríos Arno y Guadalquivir. Estas ciudades son capitales de provincias históricas prestigiosas, centros industriales y grandes polos turísticos unidos desde hace poco a la capital de sus Estados por líneas de tren de alta velocidad. En Florencia, el centro histórico está situado en la orilla derecha del Arno, engloba el entorno de la antigua villa romana inicial trazada a modo de tablero de ajedrez y los barrios del Renacimiento. La actividad turística se desarrolla entre el conjunto monumental de la plaza del Duomo y el palacio de Pitti, pasando por el museo de los Uffizi y el Puente Vecchio. Pero este centro turístico solo representa una de las tres partes de la ciudad, con los barrios residenciales de la periferia y los suburbios industriales del noroeste.

Por otra parte en Sevilla, capital de la Comunidad Autónoma de Andalucía, el núcleo histórico se encuentra casi todo en la orilla izquierda. Esta ciudad heredó de su período glorioso durante la conquista de América, un centro antiguo extendido de forma ovalada con callejas estrechas. Los principales monumentos se pueden encontrar al sur: la catedral, la torre de la Giralda, el palacio del Alcázar con sus jardines y el palacio de San Telmo. Además se han creado nuevos puentes sobre el Guadalquivir, de gran belleza arquitectónica y

las modernas instalaciones de la Isla de la Cartuja le confieren una fisonomía actual y de proyección al futuro.

Por último agregar la ciudad de *Suzhou*, en China, a orillas del Gran Canal, constituye una visita muy apreciada. Esta vieja ciudad de 2000 años, toda la vida capital de la sedería, rodeada de canales, es célebre por sus numerosos jardines, de los que el más pintoresco es el del Maestro de Redes. Los bordados en el centro de la ciudad y la industria de la seda en la preferencia son las actividades tradicionales de Suzhou, que crean artículos para los turistas, como chinos de Shanghai, chinos de ultramar y grupos occidentales.

b) Los grandes centros polivalentes: Existen muchas ciudades que cumplen diferentes funciones al mismo tiempo, o sea, funcionan como metrópolis económica, centros administrativos y núcleos turísticos; con una diversificada oferta de atractivos y equipamiento adaptados a los diferentes tipos de Turismo. A pesar de que el turismo no es la principal actividad económica de estas grandes ciudades sí produce una influencia en determinadas zonas y barrios de la ciudad.

La gran mayoría de las capitales de Estado son centros polivalentes, la dimensión y la diversificación de su patrimonio arquitectónico, la vida cultural, la amplia red de restaurantes y hoteles contribuyen al crecimiento y desarrollo de estas grandes ciudades.

Éstas a diferencia de las demás tipos de ciudades tienen un alto desarrollo en el Turismo de lujo, con la existencia de lujísimos hoteles, tiendas y restaurantes donde el Turismo medio no podría nunca asistir. Estas ciudades constituyen sin duda alguna la cara de sus estados.

Europa cuenta con múltiples centros situados en los primeros puestos de afluencia turística como París, Londres, Copenhague, Viena, Roma, Madrid o Lisboa entre otras.

c) La metrópolis de negocios: Las metrópolis de negocios son las ciudades donde se organiza la economía a nivel mundial. Lógicamente se encuentran en los países industrializados, poseen a lo largo de todo el año actividades que mantienen la vida activa del Turismo en la ciudad: encuentros internacionales,

ferias, reuniones diplomáticas etc. que necesitan amplia capacidad hotelera cerca de los centros de congreso y de los lugares de exposición. Estas ciudades además se caracterizan por poseer un amplio desarrollo intelectual y arquitectónico por lo que son por si solas centros de atracción mundial.

➤ **Ciudades con un Turismo especializado.**

Un gran número de ciudades poseen características que las convierten en fuertes plazas de un tipo de Turismo en específico.

a) **Ciudades de tránsito:** Las ciudades de las fronteras pertenecen a este tipo de categoría de ciudades. En los pasos fronterizos los viajeros hacen paradas para comer, echar combustible o cambiar dinero. Y como juegan con ventajas en el cambio de moneda le ofrecen al visitante una amplia gama de servicios. Ejemplos claros de estas ciudades lo constituyen las ciudades la frontera mexicana-americana como Tijuana, o Bruselas que debido a su posición obtiene ingresos importantes.

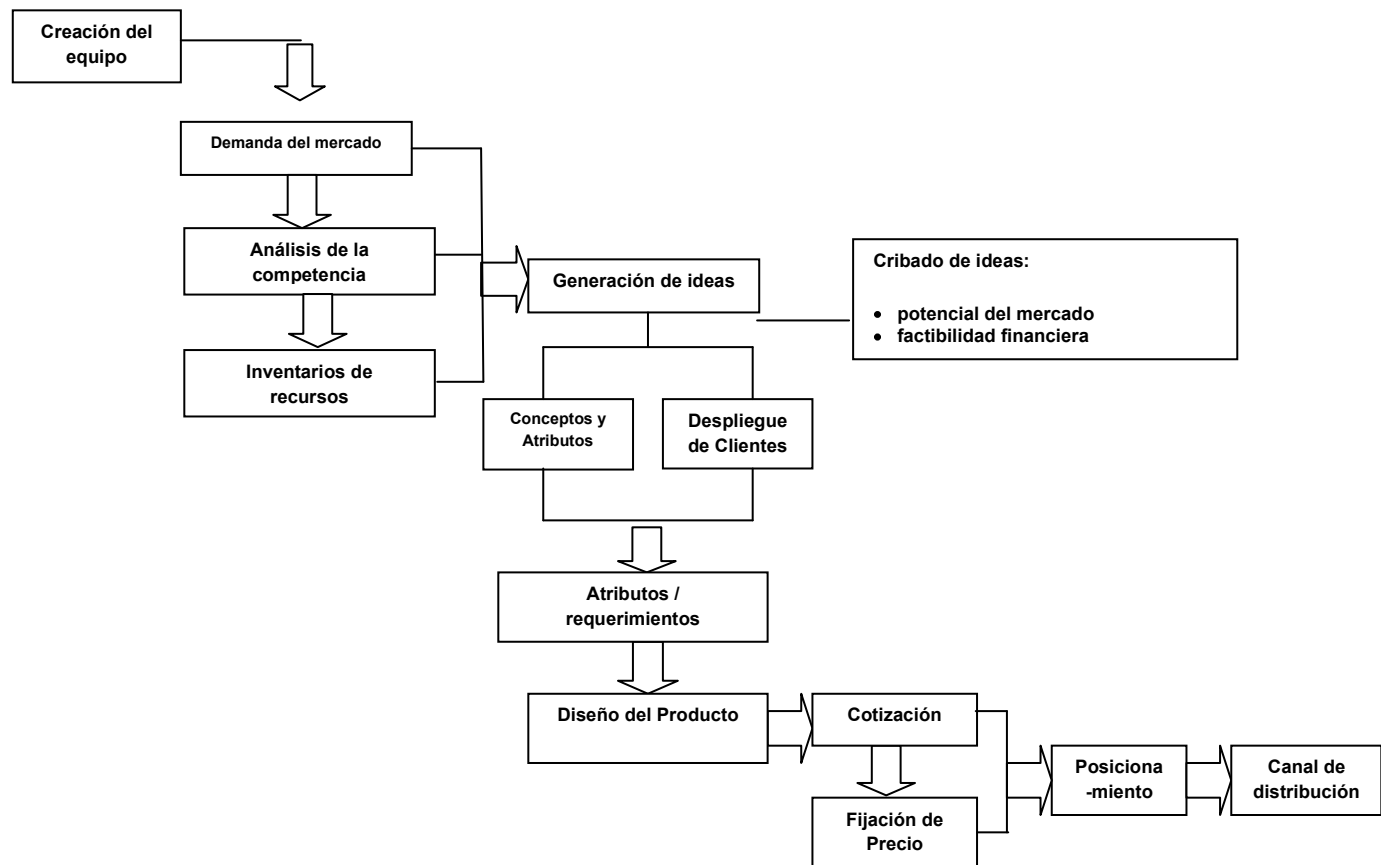
b) **Ciudades de peregrinación:** Este tipo de ciudades provocan durante todo el año grandes movimientos de personas. Poseen como características comunes un buen servicio en las comunicaciones por los medios de transporte, amplia capacidad de alojamiento, sobredimensión en relación con la población residente de forma permanente y una gran organización de la ciudad en torno a su santuario. El cristianismo cuenta con numerosas ciudades de peregrinación, mayormente en el viejo continente y Latinoamérica. Las pequeñas y medianas ciudades son invadidas por la gran cantidad de peregrinos.

El Islam posee varias ciudades santas como la Meca y Medina en Arabia Saudita. La Meca como principal ciudad santa del Islam recibe anualmente más de 2 000 000 de peregrinos.

Ciudades de juego: En muchos países es totalmente restringido los juegos por dinero, por lo que este tipo de ciudades son una rareza y una gran tentación para todo el mundo. El casino se convierte en el centro de la ciudad. Las ciudades de juego más importantes se encuentran en los Estados Unidos. Reno al pie de la Sierra Nevada cerca del Lago Tahoe. Las Vegas, construida en

pleno desierto, posee alrededor de un millón de habitantes. Se organiza en torno al boulevard del Strip, rodeado de centros de juegos y monumentales hoteles. Es reconocida mundialmente por la ciudad de las luces y es que se encuentra totalmente adornada por miles de estas al caer la noche, se alimenta energéticamente del pantano del Hooper Dams. Atlantic City es otra de las ciudades norteamericanas especializadas en el juego, esta al igual que las antes mencionadas cuenta con un gran número de casinos y de hoteles, posee además el mayor centro de juego del mundo el Taj Mahal, abierto en abril de 1990 por el Donald Trump.

Anexo 2: Procedimiento que se utiliza para diseño del producto



Fuente: procedimiento de diseño de producto presentado por la profesora del CETUR de Villa Clara, Esther Lidia Machado

Anexo 3: Análisis de los recursos y atractivos turísticos

En Santa Clara encontramos...

Monumento a la Fundación/Iglesia del Carmen y su entorno. Monumento Nacional. Este lugar está relacionado ampliamente con la fundación de la Ciudad. La Ermita del Carmen, pequeño templo construido de mampostería y tejas en la colina del mismo nombre, cerca del arroyo de la sabana y muy próximo al lugar donde se escuchó la misa por la fundación de la villa en el año 1689, abrió sus puertas al público el 29 de julio de 1745.

“Centro Histórico de la ciudad”:

Sitio Protegido. La ciudad de Santa Clara fue trazándose a partir de la Plaza de Armas (Parque Leoncio Vidal) según las leyes de las Indias, y este núcleo que comenzó a formarse, resultó desde sus inicios el centro de la actividad social, cultural y económica de la ciudad. Las construcciones a través de los años fueron superponiéndose unas sobre otras, lo nuevo sobre lo viejo, dando paso al eclecticismo que predomina hoy en las edificaciones del centro histórico, matizado por señales arquitectónicas significativas, entre las que prevalecen las construcciones del siglo XIX y el estilo ecléctico de la etapa republicana en monumentos tales como:

1. El añejo teatro de la Caridad: Declarado Monumento Nacional desde el 14 de enero de 1982. Se incluye dentro de la trilogía de teatros neoclásicos, construidos en la segunda mitad del siglo XIX en Cuba y que se conservan en la actualidad. Ubicado en Parque Vidal entre Máximo Gómez y Lorda es una construcción civil de tres plantas, que tipifica la arquitectura cubana del siglo XIX, donado por Marta Abreu de Estévez a la ciudad, para instruir deleitando a la población. Se comenzó a construir en 1884 en el terreno que ocupaba la Ermita de la Candelaria. Fue denominado La Caridad en honor al ejercicio de esta virtud e inaugurado el 8 de septiembre de 1885. Atesora obras de arte de pintores y escultores académicos nacionales y extranjeros tales como Miguel Melero, Manuel Arias, Fernando Bossi y Camilo Salaya. A ellos se deben el conjunto de pinturas murales y de caballete, medallones, retratos escultóricos y telones originales (ya desaparecidos) que decoran la

sala. El piso del vestíbulo es de mármol blanco, con una decoración central de mosaico inglés. Por su escenario han desfilado infinidad de personalidades relevantes de la cultura nacional e internacional.

2. La Casa de la cultura: Ubicada en Parque Vidal # 3 entre Marta Abreu y Padre Chao. Edificación de estilo ecléctico que data de 1927. Se construyó como sede de la Sociedad de Instrucción y Recreo, Liceo de Santa Clara. En 1870, en el edificio anterior de un solo nivel, se instauró el Liceo Artístico y Literario de Santa Clara. Hacia el 30 de abril de 1899 se restaura y comienza una nueva etapa como Liceo de Villa Clara. Este Liceo, es conocido hoy como la “Casa de Cultura Juan Marinello Vidaurreta” fue construido en 1927 e inaugurado el 30 de diciembre del mismo año y ubicado en Parque número 5. La Casa de la Cultura ha prestado sus servicios al pueblo desde los primeros días del triunfo de la Revolución, al ser convertido el inmueble, Primero en Delegación Provincial de la Cultura, la que a su vez agrupaba en su interior una Escuela Vocacional de Música y un Taller de Montaje de Artes Plásticas. Es a partir de 1966 y hasta 1968 inclusive, que el edificio es ocupado por la Biblioteca Provincial “José Martí” para disfrute de las masas. Cuando la Biblioteca pasa al lugar que ocupa en la actualidad, se sitúa en el mismo el Departamento Provincial de Divulgación de Cultura. Es en 1970 y hasta 1978 que el edificio es abierto nuevamente como Museo Histórico Provincial. En 1978 como consecuencia de la Política Cultural de la Revolución Cubana, es creada la Resolución 8/78 que instituye la creación de las Casas de la Cultura, instituciones que orientan y llevan a nuestro pueblo lo mejor de nuestra cultura, promoviendo y contribuyendo a su formación integral en el campo de la cultura artística y literaria.

3. El Museo de Artes Decorativas: Ubicado en Parque Vidal entre Luis Estévez y Lorda es una edificación doméstica de la segunda mitad del siglo XVIII. La vivienda ha sido objeto de múltiples transformaciones y de elementos añadidos en los siglos XIX y XX que se conservan por su valor. En la década del ochenta del siglo XX se adecua para Museo de Artes

Decorativas, sufriendo una restauración científica. El 4 de diciembre de 1986 abre sus puertas a la población como Museo. El mismo se especializa en ambientes interiores decorativos cubanos desde el siglo XVII hasta las primeras décadas del siglo XX.

4. La Biblioteca José Martí: Ubicada en Parque Vidal entre Gloria y Buenviaje es una edificación civil de principios del siglo XX, específicamente de 1912, con influencias del estilo neoclásico. El inmueble que ocupa fue construido como sede del Palacio del Gobierno Provincial de Las Villas. Al poco tiempo de inaugurado se decidió abrir una pequeña biblioteca en un salón del ala derecha del edificio, la cual hacia 1925 se declara de uso público y se le nombra “Martí”. En 1962 se instala en este edificio el Consejo Nacional de Cultura y en 1965 la biblioteca se traslada para el antiguo Liceo Artístico y Literario de Santa Clara. En 1968 regresa a esta su antigua sede, ahora ocupando todo el inmueble. Sus valores históricos y sociales se han enriquecido con la velada en su sala Caturla de los restos del Che y demás compañeros de la guerrilla, en cuatro ocasiones, desde 1997 hasta el 2000 y por la presencia de la pintura mural de la reconocida artista de la plástica cubana, Zaida del Río.

“Parque Vidal”: Declarado Monumento Nacional. Fue el espacio principal a partir del cual se desarrolla la trama urbanística de la Villa Gloriosa de Santa Clara desde su fundación en 1689. Evolucionó a través de los años, arquitectónica y urbanísticamente, pero siempre se conservó como el centro de la actividad socio-cultural de los habitantes de la villa, luego Ciudad de Santa Clara. Ha sido escenario de importantes batallas por nuestra Liberación Nacional. En su entorno se agrupan varios inmuebles que son importantes exponentes de la historia y la cultura de la ciudad.

1. La Glorieta de la Música construida en 1911, con columnas al estilo griego, y que constituye el corazón del área enmarcada. Se realiza con el objetivo de guarecer a los músicos que ejecutaban las tradicionales retretas hasta los días de hoy.

2. El obelisco de granito gris y rosa realizado en Filadelfia por el escultor Thomas Ricart, erigido a la memoria de Juan Martín de Conyedo y Francisco Hurtado de Mendoza.
3. La fuente llamada *Del niño de la bota infortunada o la fuente bota infortunada* la que, dicho sea de paso y por desgracia, ha hecho honor al adjetivo que califica la rústica prenda. No obstante, por su arraigo como elemento cultural y tradicional de la comunidad, ha llegado hasta la presente generación como parte de su patrimonio oral y mediante la reconstrucción en bronce -sobre el original de calamina- comprado a la Casa de Objetos de Arte J.L. Mott Company, de New York. La figura del chico, aparecida en Catálogo de la citada casa de arte, fue instalada en la fuente a propuesta del Coronel de Guerra del '95, Francisco López Leiva, que además había sido secretario del Ayuntamiento hasta los inicios de las acciones bélicas de la mencionada contienda. El Chico de la Bota se puede encontrar ubicado en otros lugares del mundo como consecuencia de su fabricación en serie. Hay referencias que existen 25 en total. No es un niño cubano ni de nuestra ciudad, por lo tanto no está relacionado con las guerras por la independencia, ni es un niño pobre, harapiento de los tiempos de la colonia. Varios textos expresan que el infante representa a los que tocando su tambor, acompañaban a los hombres que estaban sobre las armas en la Guerra Civil de los Estados Unidos o Guerra de Secesión (1861-1865). La bota en la mano era utilizada como recipiente para llevar agua a los heridos una vez terminadas las acciones combativas.
4. La estatua de Marta Abreu, que se coloca en 1924, en el mismo sitio donde antes se ubicaba el campanario de la Iglesia. La Sra. Rosalía Abreu, hermana de Marta, tuvo a cargo los detalles para materializar la idea de este monumento y eligió para ello al escultor parisino August Millard. Fundida en bronce sobre pedestal de granito verde oscuro, presenta en su base alegorías de la obra benefactora y el patriotismo de Marta (en tres de sus lados) y al frente el escudo de la ciudad. Es una representación sedente y lleva en las manos un libro escrito por su esposo Luís Estévez Romero

titulado “Desde Yara hasta Baire”. La dedicatoria del pueblo fue seleccionada en un concurso celebrado en 1918 y se debe al historiador santacolareño Juan Valdés Veitia (1863-1918). El contenido de ella es: A la augusta memoria de Marta Abreu de Estévez, encarnación sublime de la caridad y del patriotismo erige este monumento el cariño de su pueblo. La estampilla reproduce el bajorrelieve donde Marta ofrece limosna a los pobres en el pórtico de su casa, en él se destaca la palabra <caridad>. El sello de la edición de 1947, constituye la copia del bajorrelieve que muestra a la patriota extendiendo el cheque de auxilio a la revolución en los días posteriores a la muerte de Antonio Maceo. En la parte inferior aparece impreso:<<Patriotismo>> y <<ahora adelante>>. El otro bajorrelieve no aparece en los sellos, en el la benefactora inspecciona los planos del Teatro de la Caridad, los lavaderos y la Planta Eléctrica, aparece acompañada de su esposo Luis Estévez y el ingeniero Herminio Leiva. Debajo de la estatua se enterró una caja de plomo que contiene un ejemplar de cada uno de los periódicos locales, una colección de monedas nacionales de plata, una colección de fotos de la Iglesia Parroquial Mayor -antes y después de su demolición-, un ejemplar de la novela Los vidrios rotos –de Francisco López Leiva-, un ejemplar de la invitación hecha para el acto, un soneto del Sr. Augusto Vidaurreta y un acta firmada por los concurrentes al acto.

“Casa de la Ciudad”: Ubicada en el centro histórico de Santa Clara fue fundada el 28 de Enero de 1990. Su trabajo está dirigido a la promoción de los valores científicos y culturales mediante la realización del evento Memorias de la Ciudad, así como talleres de variados temas relacionados con la historia de la localidad, los cuales ocupan la atención de especialistas, investigadores y familias. Paralelamente desarrollan un amplio trabajo de rescate cultural a través de actividades que se realizan en el patio de la casa, donde están presentes la música y la danza entre otras manifestaciones. Este complejo arquitectónico del siglo XIX cuenta con amplias salas donde se muestra lo más representativo de la cultura local y nacional. Reserva su salón para la Galería Encuentros donde se reúne lo mejor de la plástica villaclareña. En la sala

contigua se presenta una muestra de la Casa de África que brinda aspectos de la vida de estos pueblos, con una colección de artesanía popular que resalta la heterogeneidad de estilos característicos de las distintas etnias africanas. Obras de las salas Taller del Tiempo es una muestra itinerante del Museo de Artes Decorativas de Santa Clara que recorre la historia del mueble en Cuba desde 1800 hasta 1959, como allí se aprecia la diversidad de estilos y el trabajo de nuestros artesanos. La sala Manuel Dionisio González inaugurada en homenaje al primer historiador de la ciudad cumple doble función: como local de conferencias y conciertos y como galería, pues exhibe una valiosa muestra de las vanguardias cubanas (Eduardo Abela, Mariano Rodríguez, Amelia Peláez, etc.) perteneciente a la colección privada de José Seoane Gallo.

“Conjunto Escultórico: ERNESTO CHE GUEVARA”.

Fundado el 28 de diciembre de 1988, con motivo del 30 aniversario de la Batalla de Santa Clara, dirigida por el Guerrillero Heroico. Está integrada por la Plaza, la Tribuna, el Museo y el Memorial.

La Plaza del Che (así se le conoce en 17.556 m² y tiene una capacidad para 80 mil personas. Al final de la misma dos fuentes que simbolizan la estrella del Grado de Comandante del Che. Esta Plaza está concebida para actividades político culturales y es también lugar de paseos y descanso de los santacolareños. El área central es de Terrazo rojo, blanco y negro.

La Tribuna, con una extensión de 2 mil metros cuadrados tiene capacidad para 900 personas. La componen además otros elementos que ofrecen sobriedad y fortaleza al conjunto monumental. Ellos son:

La Escultura: Obra de José de Lázaro Ven como (Delarra), está compuesta por estatua en bronce del Comandante Che Guevara que se levanta sobre una altitud (de 16 metros de altura, de ellos 10 son visibles , tapizados en piedra y 6 metros en la planta baja , tapizados en mármol verde).La estatua mide 6.80 metros y pesa 20 toneladas .Está orientada hacia el Sur , mirando hacia la Loma de San Juan en la serranía de Escambray así como a la América del Sur . La figura del Che está en movimiento como su uniforme

guerrillero, su brazo enyesado tal y como aconteció su entrada a Santa Clara y su fusil M-2.

El Mural: De 108 m², realizado en hormigón, arena sílice y cemento blanco, se observa en el relieve distintas batallas en las luchas de la Sierra Maestra, de Fidel, Camilo. El Che, la invasión de las columnas 2 y 8 al occidente del país, el Che en el Escambray y finalmente la Batalla de Santa Clara, al toma del cuartel 31 el descarrilamiento del Tren Blindado y la figura del Che como símbolo de la ciudad liberada. Las jardineras de 6 y 2 metros de alto son una ofrenda floral permanente al Che. En la mayor está el Texto de la Carta de Despedida del Che a Fidel.

El Museo: Se encuentra en la planta baja del complejo y tiene un área de 391 m², aquí por medio de imágenes, fotos, objetos y documentos, se muestran diferentes etapas de la vida del Che, desde su nacimiento y desarrollo como niño, hasta el hombre que con el tiempo se convertiría en símbolo de estas generaciones. Fue proyectado por la arquitecta Blanca Hernández Guivernau. La museografía estuvo a cargo del arquitecto José Ramón Linares Ferrera, Especialista Principal de Museografía del Consejo Nacional de Patrimonio Cultural y la museología fue responsabilidad de los Especialistas del Museo de la Revolución y del Museo Comandante Ernesto Che Guevara.

El Memorial: Donde desde el 17 de Octubre de 1997 descansan los restos del Comandante Ernesto Che Guevara y sus compañeros de la guerrilla. Este memorial ha recibido ya en dos ocasiones los restos mortales de compañeros de la guerrilla boliviana, encontrados y trasladados hasta aquí, donde recibirán eterno tributo cubano y latinoamericano. El memorial fue proyectado por los arquitectos Blanca Hernández Guivernau y Jorge Cao Campos quienes laboraron en los días de octubre de 1997, fecha en que fueron encontrados los restos mortales por un equipo que realizaban las búsquedas en la Selva Boliviana y ocasión además del 30 Aniversario de la desaparición física del Guerrillero Heroico.

El Ambiente modesto y solemne, pequeño pero grande, se encuentran los nichos del Che y los miembros de la guerrilla. Aquí una llama eterna flamea a la

memoria de los guerrilleros, y una réplica de bosque latinoamericano recuerda los escenarios del Guerrillero de América.

Desde su apertura a la fecha se estima que el Memorial y Complejo Escultórico ha recibido más de 670 mil visitantes de más de 108 países del mundo.

“Tren blindado”

Antecedentes:

Con el triunfo de la Revolución Cubana el 1ro de enero de 1959, comenzó el rescate de nuestros valores históricos y culturales.

La acción contra el descarrilamiento, asalto y toma del Tren Blindado de la tiranía batistiana por las tropas rebeldes de la columna # 8 “Ciro Redondo” comandadas por *Ernesto Che Guevara* el 29 de diciembre de 1958, fue uno de los mas relevantes durante la última etapa de nuestra gesta insurreccional, por lo que el 29 de diciembre de 1971 se erige un monumento a dicha acción. En su propio escenario histórico. Años más tarde, el 13 de julio de 1986 adoptaría una nueva concepción artística, siendo su autor el escultor cubano *José Delarra*.

El complejo lo conforman cinco elementos escultóricos que representan las acciones realizadas por los rebeldes, así como cuatro vagones originales y el buldózer utilizado para levantar la línea férrea; los vagones ambientados e su interior muestran fotos de los acontecimientos, así como, pertenencias de las fuerzas que participaron en la contienda y armas similares a las capturadas al enemigo. Fue declarado *Monumento Nacional de la República de Cuba* el 30 de enero de 1990.

Reseña histórica

Entre los meses de octubre y primeros días de diciembre de 1958, la tiranía preparó un tren blindado cuyo objetivo sería su traslado hacia la parte oriental del país, para reforzar militarmente el Ejército Batistiano en esa zona.

El tren integrado por miembros del cuerpo de Ingeniería del Ejército de Batista, llegó a Santa Clara el 24 de diciembre de 1958 y su composición era la siguiente: 2 locomotoras, 22 vagones y un coche motor-explorador, así como 408 efectivos entre oficiales, soldados e ingenieros militares y una gran cantidad de armamentos.

Acción

Como parte del aseguramiento defensivo de Santa Clara, ante el inminente ataque rebelde, el tren blindado fue ubicado hacia el este de la ciudad, en las faldas de la Loma del Capiro, cuya cima también fue reforzada con soldados del convoy militar.

El 28 de diciembre de 1958 comenzó la Batalla de Santa Clara por las tropas rebeldes que, comandadas por Ernesto Che Guevara avanzaron por la Carretera de Camajuaní hacia la ciudad. Los primeros encuentros se desarrollaron en esa vía, iniciándose posteriormente el combate contra los defensores de la Loma del Capiro, el que se mantuvo durante ese día y parte del próximo.

En la noche del 28, el pelotón dirigido por el Capitán *Ramón Pardo Guerra (Guile)*, llevo a cabo su objetivo, consistente en destruir la línea férrea para facilitar el descarrilamiento del tren, si éste retrocedía para refugiarse en la ciudad, e impedir el cruce de refuerzos, desde el Regimiento "Leoncio Vidal" hacia los lugares de combate. El pelotón de Ramón Pardo Guerra compuesto por 23 hombres con un buldózer levantó el tramo de la línea del ferrocarril sobre la carretera y atravesó una moto niveladora en la vía férrea. A las 5 de la madrugada del 29, estaban posesionados del lugar y listos para combatir.

En horas del mediodía del 29 al ser desalojados los defensores de la Loma del Capiro, éstos se refugiaron en el Tren Blindado, que avanzó rápido hacia la ciudad, hostigados por los combatientes rebeldes, y al tratar de fugarse, caen en la línea férrea destruida, descarrilándose el coche motor-explorador, lo que ocasionó el desplazamiento de los primeros vagones, por lo que el tren quedó inmovilizado.

De inmediato comenzó el ataque dirigido por el teniente *Roberto Espinosa Puig*, estableciéndose un combate desigual en el que tres vagones con 41 prisioneros estaban en manos rebeldes. Cerca de las 5 de la tarde el Capitán Ramón Pardo Guerra propuso una tregua al Comandante del tren, la cual fue aceptada. Las conversaciones comenzaron. El militar de la tiranía batistiana pidió hablar con Ernesto Che Guevara y durante la misma, este último lo

conmino a rendirse en un término de 15 minutos. Antes del plazo fijado aceptaron la rendición.

Las armas ocupadas fueron de inmediato puestas en acción y, en manos de los combatientes rebeldes, contribuyeron a la liberación definitiva de Santa Clara. Además se envió parte del armamento al *Comandante Camilo Cienfuegos* para la toma de Yaguajay

Con la caída del tren blindado, la tiranía sufría un duro golpe material y moral en Santa Clara. Lo que ellos consideraban un baluarte para la defensa de la ciudad y para futuras operaciones combativas, era liquidado en apenas hora y media de acción.

Con esta acción se puso de manifiesto la maestría combativa y estrategia utilizada por Ernesto Che Guevara, así como la cooperación del pueblo y la desmoralización del ejército batistiano.

Tras la toma del Tren fueron cayendo los distintos puntos atacados en la ciudad, hasta que el día 1ro de enero de 1959, se produce la rendición incondicional del regimiento No 3 “Leoncio Vidal” con lo que queda definitivamente liberada Santa Clara.

La toma de la capital villareña formaba parte importante de la estrategia general del Ejército Rebelde; con dicha acción terminará en Las Villas la orden trazada por el Comandante Fidel Castro.

En Remedios...

Centro Histórico de la Ciudad. Monumento Nacional. La Villa de San Juan de los Remedios de la Sabana del Cayo fue fundada el 24 de Junio de 1545, por Vasco Porcallo de Figueroa. Se dice que fue la octava villa fundada en la Isla. En Remedios se conservan actualmente: viviendas, iglesias y edificios públicos, que muestran el nivel alcanzado por el artesanado criollo durante la colonia. Remedios vive el proceso cultural cubano, expresado por la existencia de arraigadas tradiciones y fiestas populares, y tiene el orgullo de ser la ciudad donde vivió y trabajó el brillante intelectual y compositor Alejandro García Caturla.

Iglesia Parroquial Mayor de San Juan Bautista (Iglesia Mayor). Una de las principales atracciones de esta villa es la Iglesia Parroquial Mayor de San Juan Bautista (Iglesia Mayor), sus antecedentes se montan al siglo XVI por lo que su devenir histórico y arquitectónico ha estado marcado por los diferentes estilos que han dejado su impronta en la arquitectura cubana. El inmueble, conjuntamente con los retablos barrocos laminados en oro su colección pictórica convierte al monumento en una verdadera joya de la arquitectura. Esta tiene 13 bellos altares enchapados en oro. Estos altares y otras obras de arte permanecieron camuflados bajo capas de pinturas por varios siglos, para evitar el robo de los piratas. Fueron descubiertos entre 1944 y 1954 cuando el filántropo cubano Eutimio Falla Bonet costeó la reconstrucción de la iglesia. Además también dentro de una vitrina o escaparate se puede admirar una escultura representando a la Inmaculada Concepción, embarazada, la cual se dice es única en el mundo. La plaza central o parque adjunto a la Iglesia Mayor fue restaurado en los años 1970.

La iglesia de Nuestra Señora del Buen Viaje. De una sola nave, en cuyo frente muestra una puerta central y la torre-campanario de cuatro cuerpos, donde están representados los tres órdenes arquitectónicos griegos: dórico, jónico y corintio. El templo, de ambiente neoclásico, está dedicado a una imagen de la Virgen rescatada del mar por unos pescadores de la villa en el año 1600, a la cual se le confirió la advocación de Buen Viaje, hecho que le otorga a la plaza central remediando la peculiaridad de ser única en Cuba con dos iglesias católicas una frente a la otra: la Parroquial Mayor y la del Buen Viaje, donde ofician los mismos sacerdotes de manera alterna, además de tener una sólida y añeja devoción popular. Su construcción comenzó en el siglo XVII. Se edificó para rendir culto a una virgen encontrada en la bahía de Tesico. El inmueble sufrió un incendio pero fue restaurado, la imagen original se quemó y fue sustituida por una traída de Europa. Desde el punto de vista arquitectónico tiene influencias del Neoclásico; se observan en el frontón y los capiteles de las pilastras de la torre.

La Plaza de la Reina Isabel II. Plaza principal de la Ciudad, en sustitución del antiguo terraplén junto a la Iglesia Mayor. Al finalizar la guerra de independencia se la da la denominación de Plaza José Martí.

Museo Municipal de Historia “Francisco Javier Balmaseda”. El 24 de febrero de 1933 se funda el Museo de Historia, Arqueología y Etnografía de Remedios, acerca al visitante a la historia del remediano y a su propia identidad; convirtiéndose en la primera institución de este tipo que da clases de historia local; obra que se continúa en esta institución. Con un montaje actualizado que recorre los casi 500 años de Historia de la Villa, el Museo cuenta hoy con 9 Salas de Exposición Permanente, 2 de ellas de tipo didáctica (Sala y Cuarto Colonial) 1 Sala Transitoria que cambia su exposición regularmente cada 2 meses aproximadamente. El Museo Municipal *Francisco Javier Balmaseda* está situado en la calle Maceo # 56 e/ General Carrillo y Fe del Valle.

Museo de la Música: “Alejandro García Caturla”. Esta hermosa villa fue cuna de Alejandro García Caturla, uno de los más importantes músicos del país, quien comenzó a escribir música a la edad de 14 años y estaba muy influenciado por los ritmos africanos. Uno de los tesoros de la villa es el museo consagrado a este destacado músico cubano, nacido allí en 1906, que custodia en la que fuera su casa, numerosos exponentes vinculados a su quehacer artístico. La edificación constituye una genuina expresión de la arquitectura doméstica de la etapa de la colonia. El Museo de la Música Alejandro García Caturla, se encuentra hacia el norte de la Plaza Martí y conserva una impresionante colección de manuscritos de este autor.

Museo de las parrandas remedianas. En este carismático municipio Hay un museo sobre las famosas parrandas remedianas. Este fue inaugurado el 1 de abril de 1890 y se trata del primer museo de arte popular en Cuba. En este se exhiben fotos, vestuario, faroles, maquetas de trabajos de plaza de años pasados y otros elementos utilizados en dichas parrandas, fiesta popular que se celebra cada año y que constituye una tradición muy arraigada en la zona. En dicho museo, se pueden encontrar además los disfraces característicos, las

banderas y la historia de esta gran fiesta popular exclusiva de esta región del país. Dentro de la interesante historia que aquí se puede encontrar he aquí una curiosidad: "Tanto unos como otros(los barrios) "corren el triunfo" al final de la fiesta pues ambos se consideran vencedores, y ahí mismo empiezan a preparar la parranda del año siguiente pues, se dice, "el parrandero vive 364 días y medio para gastarlo todo en menos de 12 horas".

Tienda de arte el Boquerón. Perteneciente al Fondo Cubano de Bienes Culturales tiene como misión promover, en toda su diversidad, la producción artística del alto potencial de creadores villaclareños de las Artes Plásticas y Aplicadas, asociados a la filial, representándolos en la comercialización de su obra a escala nacional e internacional y sobre todo en la región central del país, para generar ingresos destinados al financiamiento de la cultura. Se encuentra ubicada en el entorno de la Plaza Central, calle Balmaseda # 16 esquina Máximo Gómez, con un horario de lunes a sábado de 8:00 am a 7:00 pm y los domingos hasta las 5:00 pm. Lo genuinamente auténtico del Fondo de Bienes Culturales se expresa en la integración de lo útil y lo bello de sus producciones y servicios en muchos estilos de cerámicas, mobiliario, calzado, vestuario, en la elegancia de la orfebrería y en la espiritualidad de la pintura, la escultura y el grabado. Se ofrecen servicios de diseño para conjugar arte, arquitectura y paisaje, creando sugerentes ambientes conforme a las más actuales líneas de nuestra cultura.

Sala de Fiestas El Güije. Brinda servicios de recreación a partir de un espectáculo que recrea la historia de Remedios donde se insertan sus leyendas y tradiciones. Cuenta con 90 plazas y ofrece además servicios de cena para las Agencias de Viaje y turismo internacional.

La Estatua de La Libertad. Situada en medio de un pequeño parque, en el costado norte de la plaza. Es la única de su tipo reconocida en Cuba. Fue construida en Carrara, Italia, por un escultor de esa nacionalidad nombrado Carlos Nicoly y Manfredi, quien la llevó a la Exposición Internacional de París en 1904 para, luego de ser premiada, ponerla en venta; adquirida por los

remedianos mediante colecta pública para honrar la memoria de los mártires de la Patria, tuvo su inauguración solemne en esta ciudad el 13 de mayo de 1906.

Fiestas remedianas:

Las populares parrandas

A principios del siglo XVIII, en el año 1722 se celebró por primera vez en homenaje al Santo Patrono del Pueblo las “Fiestas de San Juan”, se consideraban entre las más antiguas de Cuba.

Para estas fiestas se hacían juegos tradicionales, carreras de caballo, corridas de toro, las cucañas, pesetas en la sartén, el gato en la tinaja, exhibición de boxeo, carreras de ciclismo, palo encebado, ferias populares, se hacían procesiones y se decoraba la iglesia, en la noche del 23 amaneciendo 24 se encendían las fogatas que se hacían con barriles que en su interior se introducían cohetes manteniéndose encendidos hasta la madrugada.

Estas fiestas se celebran hasta 1970 y se recomienzan a efectuar a partir de 1975 retomándose como la fiesta de los 7 Juanes, alegórico a la leyenda del güije.

En Remedios todo el ambiente de sosiego sufre una metamorfosis cada veinticuatro de diciembre. Entonces hay que ver lo que es un pueblo amotinado en su júbilo, dando rienda suelta a la celebración de sus parrandas, famosas en toda Cuba.

Ahora, cuando la vida moderna impone un sello de agitación que incluso va arrinconando no pocas costumbres, los remedianos siguen empeñados en perpetuar el esplendor de su fiesta, una de las emblemáticas de la cultura popular tradicional cubana. Y hasta le han dedicado un museo, para que su memoria no se extinga.

En los comienzos del siglo XIX, en época de navidad, se efectuaban en las frías madrugadas del 16 al 24 de diciembre, unas misas llamadas de aguinaldo que culminaban con la misa del gallo a las 12 de la noche del día 24. Fue entonces que Francisquito, un joven sacerdote que oficiaba en la villa, se le ocurrió la idea de producir toda la bulla posible en la madrugada para despabilar el sueño de los vecinos del pueblo. Con ese objeto reunió un grupo de muchachos de 10

a 15 años y armados con objetos ruidosos comenzaron el alboroto nocturno. Comenzaba así una de las mas bellas tradiciones “Las parrandas remedianas”. Fue en 1871 cuando dos españoles, un austriaco y otro mallorquín le dieron a la parranda el carácter que actualmente posee: Cristóbal Gali Mateo (el mallorquín) dirigía las huestes carmelitas y José Ramón Celorio del Peso comandaba San Salvador.

Los cinco barrios antiguos de Remedios, El Carmen, San Salvador, La Bermeja, Camaco y la Laguna, quedaron refundidos en los dos primeros, que deben sus nombres a las ermitas que en ellos existían, demolida la de San Salvador en 1926, y la del Carmen nunca llegó a terminarse.

Pero antes de que cristalizara esa división, existieron los dos bandos de celoristas y mayorquines, por los mencionados animadores de las parrandas.

Entre celoristas y mayorquines se organizaban concursos de latas, concediéndose por el pueblo espectador la victoria al que más ruido metiese.

Los nombres de celoristas y mayorquines fueron dándose al olvido para dejar paso a los barrios de San Salvador y el Carmen; las latas y otros instrumentos rústicos de hacer ruido fueron sustituidos por guitarras, bandurrias, acordeones y otros instrumentos musicales; los faroles se multiplicaron y perfeccionaron; aparecieron los fuegos artificiales; se introdujeron los llamados trabajos de plaza, verdaderas obras de arte, simbólicas unas, representativas otras de edificios, monumentos, etc., nacionales o extranjeros; y también las carrozas, no menos artísticas y a las que da aun mayor realce la presencia de lindas muchachas, hijas de personalidades destacadas en cada uno de los barrios contendientes.

Las insignias de los barrios son, desde antaño: un gallo, que representa a San Salvador, y una globa o gavilán, al Carmen, que ostentan, en lo alto de un palo, más las respectivas banderas.

Los barrios y sus simpatizantes son conocidos por Sansarí y Carmelitas.

Comenzaba así el esplendor, siempre en aumento de esta genuina tradición cubana.

Seis elementos distinguen a las parrandas remedianas: los repiques, las polkas, los faroles, los fuegos artificiales o pirotecnia, los llamados trabajos de plaza y las carrozas, El hermoso parque “José Martí” de la antigua villa es el epicentro del jolgorio.

El repique: es la música típica de las parrandas. El repique es de Remedios y no solo con el se reconocen las fiestas de aquí, sino que cada barrio tiene el suyo propio que lo diferencia.

Las polkas: son el himno de cada barrio y se tocan el día de la gala de la fiesta. Esta contagiosa música que para los remedianos surge mas festiva, fue compuesta por Laudelino Quintero hace alrededor de 100 años.

Los faroles: se iluminan con velas en la noche de la parranda. Existen casi desde el comienzo de las parrandas contruidos por manos artesanas que durante varias generaciones han llenado de belleza y colorido las fiestas.

La pirotecnia: es uno de los atractivos de la parranda, hacen arte con las caprichosas figuras imaginadas que con porte explosivo o luminoso dibuja en el cielo parrandero.

Los trabajos de plaza: son el elemento más desarrollados en las fiestas. El primero se construye en 1875. Constituyen no solo una forma auténtica de expresión popular sino también un medio para la superación. Siempre están basados en temas históricos mitológicos y literarios.

Las carrozas: arriban a la plaza después de las 2 de la mañana en compañía de una enorme muchedumbre que espera ansiosa su entrada triunfal. Para esta ocasión se reserva una buena cantidad de desiguales tipos de fuegos artificiales y vistosas colecciones de faroles, independientemente del tema abordado por ellos.

Es, sin dudas, todo un espectáculo multicolor e impresionante. Los remedianos, muy apegados a sus raíces culturales, organizan uno de los festejos más hermosos y de mayor participación popular en Cuba, que han ido extendiéndose a otras localidades de la región central.

Remedios se amolda a la modernidad, sin olvidar su legado ancestral, y tal vez sólo un día al año pierde su compostura serena.

En Sancti Spíritus...

El invaluable potencial de la ciudad de Sancti Spíritus radica en el patrimonio que conserva, esencialmente, en su centro histórico que actualmente es uno de los conjuntos arquitectónicos más notables del país.

La Plaza Mayor (Parque José Manuel García).

Situada junto a la tricentenaria Parroquial Mayor, siendo esta plaza, el espacio urbano más antiguo de la ciudad.

Según la historiografía tradicional tuvo en su entorno original la primera institución religiosa, al cabildo y a las casa de los personajes más connotados, todas ejecutadas con materiales poco duraderos.

Desde los primeros años fue escenario tanto de las actividades religiosas que se realizaban en relación con el templo contiguo, como de las reuniones de los vecinos que venían a oír los anuncios de guerras, promulgación de leyes y otros, además para participar en las elecciones anuales de los funcionarios que regían los destinos de la comunidad.

La construcción de la actual nave de la Parroquial Mayor, en 1860, marcó el inicio de transformaciones en el entorno con sólidas casa de ladrillos en sus muros y techos. Los espacios vacíos fueron ocupados y la plaza perdió terreno al añadirsele portales a las residencias y los que hoy rodean el área por los costados norte y este que la singularizan.

Al ocurrir en 1912 el asesinato del Dr. Rudesindo García del Rijo, nacido cerca de la plaza, el ayuntamiento dispuso la recaudación de fondos para erigir una estatua a quien fuera eminente médico y científico. El pueblo, que lo recordaba además, por su gran actividad benéfica aportó fondos y encargó la estatua italiana que hoy se encuentra en el centro del lugar. Hoy conserva el nombre de José Manuel García, en honor al médico, padre del Dr. Rudesindo García del Rijo.

La Plaza de Jesús (Parque Honorato).

Situada al sureste del Centro Histórico Urbano, llámese oficialmente, desde 1911, parque Honorato.

Esta plaza es fue conformando en las inmediaciones de la ermita de Jesús de Nazareno cuyos detalles constructivos se desconocen, sin embargo, existen noticias de su existencia antes de 1689 y la erección en sus inmediaciones del Convento de Santo Domingo, que era un edificio de mala calidad por lo que sus formas originales se han perdido.

Al carácter religioso se suma una intensa vida comercial al establecerse en el lugar la venta de alimentos, hasta que la ciudad tuvo un edificio para Plaza del Mercad en 1898. A principios del siglo XX con el proyecto de construcción del parque Honorato, la zona fue remodelada, se eliminaron algunos portales, la iglesia dejó de oficiar en 1908 y comenzó una etapa de languidecimiento para la vieja plaza.

En años venideros la ejecución de un ambicioso proyecto de reanimación permitirá aprovechar las potencialidades turístico-culturales-recreativas de este importante centro urbano.

Plaza de San Francisco (Parque Serafín Sánchez).

Hoy es el área principal de la ciudad, su centro recreativo cultural y comercial por excelencia, cuyo entorno está conformado por edificaciones de diferentes siglos, predominando las manifestaciones eclécticas de varios niveles constructivos de la actual centuria.

Su historia se remonta al siglo XVII, al erigirse en el área la ermita de Veracruz en 1690 y fundarse a su lado, en 1716 el Convento de San Francisco, regido por la orden monástica más numerosa en América entera. A su frente tenía un espacio vacío al que llamaban Plaza de San Francisco o Plaza del Convento, el cual tenía carácter religioso, pero fue albergando otras funciones y se fue rodeando de casas portaladas en algunas partes.

En virtud del desarrollo alcanzado por diferentes actividades económicas en la ciudad, que despertaron e impulsaron un rejuvenecimiento de la villa, comienza el máximo esplendor de la Plaza de San Francisco. Cruzadas por las vías más

importantes de la ciudad: la arteria del mismo nombre, por donde desfilaban actividades festivas, entierros, procesiones y la calle Real que además de ser transitada como la anterior, era el eje religioso, administrativo y comercial del pueblo. Por estas razones, las más distinguidas familias la eligen para sus residencias: el Intendente de Hacienda Don Félix Ramón del Camino, Dr. Mariano Mendigutía, Don José M. García, Leandro Agustín Ramírez, entre otros.

A su vez el mercado, situado anteriormente aquí, se trasladaba hacia la Plaza de Jesús situada cuatro cuerdas al sur. Dejaba de ser este lugar de abasto de viandas y carnes para convertirse en centro recreativo-cultural. Se dotó de árboles, flores, verjas de hierro, alumbrado de gas y se animó con frecuentes retretes. Fue el único lugar de la ciudad realzado de tal manera, por eso fue el principal sitio de esparcimiento y paseos elegantes, el logro más significativo en cuanto a las plazas coloniales espirituanas.

Las transformaciones hechas a la iglesia la dotaron de una hermosa fachada de filiación neoclásica, de lujosos altares y de un nuevo mobiliario completando un bello marco a aquella distinguida Plaza del Recreo o Plaza de Armas.

Durante las guerras de liberación del siglo XIX, la Plaza perdió esplendor y sus edificaciones religiosas fueron dedicadas a cuarteles y hospitales que lo deterioraron, pero no al punto de ser necesaria su eliminación.

A la ciudad del Yayabo llegaron nuevas influencias culturales, técnicas, gustos y caprichos que quedaron marcados en sus construcciones y espacios públicos.

La antigua calle Real (desde 1903 con el nombre de Independencia) continuó siendo la arteria principal, por lo que fueron construidas cerca: bancos, oficinas, sociedades culturales, instituciones de servicios y viviendas, todas en un tratamiento formal diferente.

El área de la Plaza del Recreo fue de donde se produjeron mayores cambios: demolidos plaza, iglesia y convento se ejecutaron varios proyectos de parque, hasta que se presenta el de mayor envergadura en 1911 y la conclusión de la obra fue en 1914.

En honor al patriota espirituano, héroe de las tres guerras de liberación del siglo XIX, el parque se llamó “Serafín Sánchez”, nombre por el que hoy es conocido.

Plaza de la Caridad (Parque Maceo).

Ocupa el espacio contiguo a la Iglesia Parroquial de Nuestra Señora de la Caridad y cuenta hoy con un variado entorno de la producción arquitectónica de varias épocas.

Su historia comienza en el siglo XVIII al erigirse la ermita de la Caridad (1717-1727). Originalmente fue una ermita uninave a la que se le añadió una torre-campanario gracias a la gestión del prelado Juan José Díaz de Espada y Landa y a las donaciones de los feligreses. En su antiquísima pila bautismal recibió las aguas del bautismo el héroe espirituano Serafín Sánchez Valdivia, el 8 de julio de 1846.

Junto a la edificación religiosa se fue conformando una plaza, cuyo carácter se transformaría lentamente en centro de múltiple significación: residencial, comercial y recreativa. Al cerrarse con verjas de hierro y dotarse de jardines se llamó General Dulce en honor a Gobernador de la Isla.

El proceso modernizador del siglo XX llega a estos lugares y la ermita es transformada en una amplia iglesia de estructura de concreto, con decoraciones exteriores e interiores, que en la fachada principal rodean una imagen de Nuestra Señora de la Caridad del Cobre. La plaza colonial fue sustituida en 1911 por un parque al que se le llamó sucesivamente de la libertad y Maceo.

El parque estuvo animado por retretas nocturnas los jueves y domingos y por las competencias de los coros de claves, espectáculo donde se lucía lo mejor de la música popular de los diferentes barrios de la ciudad.

Plaza de Santa Ana (Parque de Santa Ana).

Esta plazuela se conformó junto a la ermita de Santa Ana, componente fundamental del primer intento de ampliación noreste de la ciudad limitado por la existencia del arroyo de Raimundo hasta el siglo XIX que hubo puentes que facilitaron su cruce.

La ermita fue fundada en 1721 y en la siguiente centuria, le añadieron la segunda nave y repararon la primera. A su vez se construyeron algunas ceras e

cierta categoría por su entorno, pero lo importante de la zona fue decayendo durante las guerras hasta que en 1895, el gobierno español ordenó demoler la emita para utilizar sus materiales en construir trincheras.

Plazoleta del Vicario (Plazoleta de Diego Dorado).

Es una de las más importantes plazuelas, tanto por su ubicación y tipicidad como por el valor de los elementos que la determinan. Es un área cuyo entorno cuenta con edificaciones de varias épocas constructivas de la ciudad y que actualmente están destinadas, en el primer nivel, a instituciones gastronómicas, comercio y servicio, lo que la dota de gran actividad urbana.

Originalmente estuvo rodeada de viviendas de una planta con las formas y materiales típicos del resto del pueblo, mientras que en su centro se erguía una robusta ceiba. La llamaban primero Plazuela de Quirós y luego, del Vicario.

En el siglo XX se construye en 1912 uno de los primeros edificios eclécticos de que se tiene noticia. En los bajos se instala la botica “Santa Isabel” y en los altos las viviendas. Los cambios en el entorno continuaron hasta la década del '50.

Esta plazuela fue pavimentada al igual que las calles que la cruzaban y la ceiba fue sustituida por un conjunto escultórico dedicado a la memoria del político periodista Judas Martínez Moles, muerto a consecuencia de las heridas recibidas en un duelo el 28 de mayo de 1915.

Por encontrarse dicha estatua en el lugar, este espacio urbano es llamado Plaza de Judas, sin embargo, su nombre oficial es desde inicios de la actual centuria Diego Dorado, en honor al digno andaluz que peleó bravamente por la libertad de Cuba hasta caer en combate en 1871.

Plazoleta San Gabriel (Plazoleta Ciro Redondo).

Plazuela formada por las convergencias de las calles Ciro Redondo, Ismael Saure Conde, Pedro Larrea y pancho Jiménez, próxima al puente del antiguo balneario del Río Yayabo.

Su entorno está conformado por algunos ejemplares valiosos de la arquitectura colonial y en su historia se inscribe haber sido sede en diciembre de 1958 de un acontecimiento trascendental: la unión del pueblo espirituano a la columna No.

8 “Ciro Redondo” de Ejército Rebelde para participar en la liberación de la ciudad.

Plazoleta de san Alejo (Parque Agramonte).

Curiosa plazuela de forma triangular, en cuyo centro se situó una fuente pública para favorecer a los vecinos que no podían pagar al acueducto el servicio de agua con instalaciones hasta sus casas. Por eso, s llamado también “Parque de la pluma de Agua”.

Perdió importancia al dejar de ser usado el camino a Puerto Príncipe por la construcción de la Carretera Central, pero quedaron en su entorno valiosas obras arquitectónicas del siglo XVIII, XIX y XX. Hoy se encuentra pavimentado, hermoseada con áreas verdes y distintos faroles.

Plazoleta de Camejo (Plazoleta Hanoi).

Situada al noreste de la ciudad. Recibió el nombre de Camejo por encontrarse en su entorno la casa del Licenciado Agustín Camejo Cruz, conspirador contra España en Sancti Spiritus primero y luego en la inmigración revolucionaria.

Actualmente la plazoleta lleva el nombra de Hanoi en homenaje al heroico pueblo de Viet Nam y conserva solo una parte de sus valores coloniales debido a remodelaciones hechas en la década de 1950.

Otras plazuelas como la de Santa Bárbara, se conservan como escenario de importantes actividades tradicionales, mientras que las de Santa Inés y Diego Velázquez se destacan por el valor de su entorno y sus formas.

De esta misma forma surgieron otras construcciones de gran importancia arquitectónica que aún hoy se conservan en la ciudad y que son testigos del devenir histórico- social de la Villa Yayabera, entre estos conjuntos arquitectónicos podemos encontrar:

Puente sobre el río Yayabo.

El Puente sobre el río Yayabo se encuentra situado al suroeste del Centro Histórico Urbano, en el antiguo Paso de las Carretas. Conecta el área histórica con el barrio de Colón, en Sancti Spíritus.

Este majestuoso y sólido puente de cinco arcos, enclavado en las barrancas del río, tiene en sus entradas cuatro torrecillas con farolas. Sus arcos disminuyen en altura, del centro del río hacia las barrancas. Está compuesto por ladrillos asentados con el mortero tradicional de cal y arena, cuya calidad, según la tradición oral, se atribuye a estar mezclado con leche de burra. Consta en documentos que estuvo empedrado y que fue pintado de blanco y verde.

La idea de construir el puente surgió por la necesidad de facilitar el cruce del río Yayabo, que por este paso tenía barrancas difíciles de escalar y era imposible atravesarlo en época de lluvias. A medida que crecieron la población y sus necesidades, fue más apremiante la necesidad erigir el puente; pues hacia el sur, se encontraban prósperas haciendas, los embarcaderos de Tunas de Zaza y Tayabacoa y la vecina villa de Trinidad, única salida marítima oficial a fines del siglo XVIII e inicios del XIX.

Por tal motivo el gobierno municipal comenzó a recaudar fondos en 1771 y hasta se hizo un proyecto por Gabriel de Torres, que no se cumplió exactamente, pues contemplaba la construcción de cuatro arcos y se le hicieron cinco, sin que se hayan podido precisar las causas del cambio. La primera piedra se puso en 1817 y la conclusión de la obra fue en 1831, gracias a los aportes del vecindario y de personalidades como el obispo Espada y Landa que visitó la villa.

En la dirección de la obra lucieron su pericia los maestros andaluces Domingo Valverde y Blas Cabrera, que dirigieron una fuerza de trabajo menos calificada, integrada por los presos del municipio y algunos esclavos.

Esta construcción civil es la única que se conserva en la Isla con tales características y antigüedad. Integra un paisaje urbano que identifica la ciudad; fue aprobado como símbolo histórico por la Asamblea Municipal del Poder Popular de Sancti Spíritus.

Iglesia Parroquial Mayor

La Iglesia Parroquial Mayor o Templo del Espíritu Santo es la construcción más antigua que se ha fechado en la ciudad de Sancti Spíritus. Se encuentra situada en el lugar más prominente de la Plaza Mayor, en la convergencia de las calles

Jesús Menéndez, Agramonte, Quintín Banderas y Máximo Gómez, en el corazón del Centro Histórico de Sancti Spíritus. Ha estado dedicada al culto católico ininterrumpidamente desde su terminación en 1680 hasta nuestros días.

Sus características, de evidente ascendencia mudéjar, se resumen en su planta uninave con una torre-campanario, cubierta de tejas criollas y madera artísticamente trabajada formando 3 faldones, harneruelo, esquineros, canes y tirantes. El arco que separa la nave del presbiterio, es el único de su tipo que existe en el país.

Debe señalarse que esta construcción es la cuarta que ha tenido la Parroquial Mayor de Sancti Spíritus, la primera fue un bohío que existió en el lugar de la fundación en Pueblo Viejo, la segunda fue otro bohío erigido tras la mudada de la villa en 1522; la tercera fue de materiales más duraderos y se hizo en 1612, pero se deterioró y fue sustituida por la actual.

En el primer templo, Fray Bartolomé de las Casas pronunció el famoso sermón con que inició sus cincuenta años de lucha a favor de los indios.

La historiografía tradicional atribuye al Sargento Mayor Don Ignacio de Valdivia el financiamiento de la fábrica material de la actual iglesia. Papel similar jugó Don Pedro Pérez de Corcha en la erección de la Capilla del Rosario en el lado noreste de la nave.

Numerosas leyendas han surgido en relación con esta instalación, como la de un güije que deambula por un túnel que sale desde su presbiterio; la de un peregrino que talló la imagen que se venera en la capilla del suroeste de la nave; la de un gallo de oro que tenía el altar mayor y fue robado por los piratas; la de una señora que pidió que al morir fuese inhumada debajo de la puerta principal para pagar sus pecados; en fin, riquísimas manifestaciones del patrimonio intangible.

Biblioteca Pública Rubén Martínez Villena, antigua Sociedad El Progreso: La construcción de la Sociedad El Progreso comenzó el octubre de 1927 cuando fue colocada la primera piedra. En diciembre de 1929 se puso fin al suntuoso edificio social de gran estabilidad y belleza. Su objetivo era difundir la afición al

estudio de la literatura, la música, las ciencias y de todas las demás Bellas Artes. Además aspiraba a proporcionar la confraternal unión de sus socios; todo género de distracciones lícitas y cultos; de manera general, propender el desarrollo de Sancti Spíritus, con exclusión absoluta de toda idea política. A pesar de las aparentes bondades de la Sociedad, lo cierto era que tenía un fuerte carácter discriminatorio en cuanto al público que podía asistir: solo la burguesía pudiente y de raza blanca. El nivel de ejecución de esta obra resultó óptimo, debido a que el círculo gobernante contaba con todo el apoyo material y financiero del Estado y de la alta burguesía nacional y extranjera. En ella se destacan los valores y características más representativos de la época. El regio palacete de la Sociedad El Progreso del más refinado gusto, ceñido a los modernos cánones arquitectónicos, es una obra ecléctica por excelencia debido a la diversidad de estilos que se conjugan en su expresión formal y estética, donde se distingue el Renacimiento Francés. En su estructura se encuentran elementos característicos del repertorio internacional, sin vinculación con el entorno urbano, pues en sus alrededores las construcciones son generalmente coloniales y neoclásicas. El majestuoso edificio rompe con el contexto, debido a su individualidad arquitectónica. Esta institución funciona desde 1982 como Órgano Rector del Sistema Provincial de bibliotecas. Como depositaria del patrimonio bibliográfico provincial, conserva, procesa y permite el acceso a sus fondos con realización de actividades dirigidas a niños, jóvenes, adultos ancianos y discapacitados., apoyada en el Programa Nacional por la Lectura y en una amplia labor de acciones comunitarias que van desde la creación de espacios de intercambio y reflexión a partir de la lectura, hasta el servicio de extensión bibliotecaria.

Casa de la Cultura. La Casa de la Cultura: Construida en la década de 1830 para casa de familia. Actualmente el visitante puede disfrutar de sus bellezas arquitectónicas en el centro de la ciudad.

Casa de la Trova: se puede degustar el trago tradicional de la casa, fue construida en el siglo XVIII, restaurada en el 1985 y adecuada para la Casa de la Trova.

Mezón de la Plaza. El Restaurante el Mesón de la Plaza: Que fuera entonces la interdependencia de Hacienda del Gobierno Español y en 1903 pasó a ser la Oficina de Correos, actualmente pertenece a la cadena de Palmares. Cubanacán.

Hotel Plaza. Fue construido en 1854 en la calle Real No. 52. Constituyó casa de la familia José M García hasta 1914. En 1921 fue remodelado por el arquitecto espirituario José A Mendiagutía. Situado en el centro de la ciudad espirituaña, diseñada con aires coloniales trabajos en madera, elementos arquitectónicos de la época y un amplio patio interior, le concede un atractivo muy especial a este sitio privilegiado por la profesionalidad y el confort, los más variados platos los encontrará en su restaurante especializado en comida cubana e internacional. En sus bares abierto 24h, se disfrutará de inolvidables momentos de placer acompañados con múltiples combinaciones de licores, este antiguo y colonial hotel cuenta con 24 habitaciones climatizadas con radio, teléfono, TV circuito cerrado, baño privado, minibar, agua fría y caliente las 24 h le invita a recorrer la ciudad, una de las primeras fundadas por los Españoles.

Museo de Historia. Primero aquí vivió un capitán español en 1740 y ahora hay un cañón en el medio de la casa. Y no solo eso, también instrumentos de tortura para los esclavos africanos. Los museos son extraordinarios. En una sala se exponen utensilios de piedra usados por los aborígenes, mientras que en otra hay una vajilla de comedor estilo Renacimiento español.

Museo de Arte Colonial. Es conocido como la Casa de las Cien Puertas. Los antiguos propietarios ornaron su palacio con vitrales, jarrones de porcelana, arañas de cristal, maderas preciosas y todo cuanto su lujo les permitió, que fue bastante.

Casa de Promociones Musicales. Su entorno está rodeado de casa de tejas, calles tortuosas, y un puente de piedra, hecho con leche de burro. Esta casona acoge en su vejez lo más tradicional de nuestra música. Estas han sido algunas cimentaciones que cuentan con más de tres siglos de historia y se han convertido en un patrimonio vivo de la cultura espirituaña. Además de lo anteriormente expuesto la ciudad de Sancti Spíritus desarrolló también, durante

el período colonial una fuerte tradición muralística en interiores de casas domésticas fundamentalmente. Como constante morfológica se reiteraban los motivos geométricos y elementos de la flora cubana. En la etapa republicana la tradición se fue extinguiendo hasta desaparecer. No es hasta la década del 80 que resurge en la ciudad; pero sin tener puntos de contacto con la tradición anterior cuyas técnicas al falso fresco y concomitantes privados inclinados a estereotipos morfológicos lo alejaba de las nuevas propuestas ideológicas creadas en espacios públicos. El iniciador del movimiento muralístico contemporáneo en Sancti Spíritus fue Heriberto Menero Alfert, pintor y muralista villaclareño que en la década del 80 se instala en la localidad invitado por el Gobierno de la provincia. Durante aproximadamente dos años de estancia, el artista emprende una intensa labor creando murales y pinturas de caballete que ubica en distintos lugares públicos. En breve tiempo se convirtió en excelente animador cultural. A continuación se presenta una breve reseña de algunos murales de la ciudad.

Murales más representativos:

El mural del gobierno. La primera obra capital del artista se construyó en la sede del Gobierno de la provincia, proyecto realizado por el arquitecto Roberto Villocht, quien aplica por vez primera en la localidad el concepto del diseño mobiliario e inmobiliario desde una perspectiva orgánica. Acorde a esas exigencias, Manero diseña los murales interiores y exteriores de la sede. Ante las carencias de materiales de calidad que resistieran el intemperismo, Manero recurrió a una variante que nunca había aplicado en sus murales anteriores: el aprovechamiento de materiales de la construcción. Sin apenas sospecharlo abría una línea de trabajo que hasta el presente se mantiene como recurso técnico habitual.

Mural de la Quinta y Santa Elena. Cuando José Perdomo García regresó a Sancti Spíritus recién graduado del Instituto Superior de Arte (ISA) en la especialidad de pintura, trajo consigo los aires renovadores de vanguardia que se respiraba en el alto centro docente de la capital. Luego de incursionar en la

pintura de caballete, su principal línea de trabajo, propuso a la municipalidad un mural que donaría posteriormente. La obra, construida en 1990, constituye una ruptura con todo lo hecho anteriormente por los muralistas espirituanos con respecto al discurso visual empleado. El lugar seleccionado para el emplazamiento resulta sui géneris: a un lado las márgenes del río Yayabo; del otro, la convergencia de dos calles empedradas; al frente, el restaurante Quinta de Santa Elena. De paso peatonal ignorado, el área adquirió protagonismo con la obra, especie de metáfora donde convergen culturas de diferentes magnitudes tempero-espaciales en medio de una encrucijada contextualizada por la impronta urbana colonial. La microlocalización se corresponde con la propuesta posmodernista del autor.

El mural de la Bolera. El otro mural proyectado por él y el escultor Julio Neira en 1992 en la fachada exterior de la Bolera de Sancti Spíritus posee colosales dimensiones –considerado el de mayor magnitud construido en la ciudad- y parte de un proyecto complejo por las soluciones estructurales y de diseño que tuvieron que enfrentar ambos creadores.

El mural de la carretera central. Julio Neira Milián. Su obra monumental iniciada con José Perdomo en La Bolera, le dio experiencia suficiente para proyectar su primer gran mural personal. Emplazado en un área importante de la ciudad, calle Sobral esquina a Carretera Central, arteria de gran flujo de peatones y vehículos, su fisonomía modelada sobre un sistema de volutas –semejando caracoles- y signos arborescentes montados en paños de pared superpuestos para producir el efecto de proyección, logran captar la dinámica del lugar sin necesidad de acudir a elementos de la realidad.

En Trinidad:

Museo Municipal de Historia (Palacio Cantero): Posee características de la arquitectura neocolonial con influencias neoclásicas. En el mismo se aprecian bellísimas decoraciones murales interiores, realizadas por pintores locales e italianos. Posee un amplio y soleado patio, junto a una torre mirador, que realza la elegancia del edificio desde la cual se observan los encantos de la ciudad. Las colecciones expuestas incluyen pertenencias de la antigua familia

propietaria del inmueble (objetos de arte del siglo XIX), incorporándosele a aquéllas originales rescatados de las culturas aborígenes, la esclavitud, las guerras independentistas, la etapa neocolonial y el proceso revolucionario.

Museo Romántico: Ubicado frente a la Plaza Mayor constituye este inmueble un ejemplo de la arquitectura domestica de los siglos XVIII y XIX. El *Palacio de Brunet*, como también se le conoce, expone en sus salas permanentes colecciones de arte, así como muebles de diferentes estilos, pinturas, vajillas de porcelana y loza. Su acogedor ambiente muestra las costumbres y poder adquisitivo de las acaudaladas familias azucareras trinitarias.

Museo de Arqueología: A un costado de la Plaza Mayor de Trinidad, se encuentra ubicado en la antigua casa Padrón. Exhibe de forma cronológica ocho salas con objetos pertenecientes a los aborígenes, asentados en la Región Centro Sur de la Isla de Cuba. Testimonios materiales del período colonial de muy variado origen y factura procedente de la ciudad de Trinidad y del Valle de los Ingenios, la muestra incluye restos óseos humanos expuestos con fines didácticos, textos e ilustraciones que completan la información y enriquecen la comprensión de los objetos y testimonios.

Museo de Arquitectura: En la antigua vivienda de la familia Sánchez. Único en Cuba, donde la actividad museológica al servicio de conservación y divulgación del patrimonio arquitectónico local ha sido su razón fundamental de existencia. Las salas de exposición del museo evidencian las características de los elementos componentes de la arquitectura local, con énfasis en la doméstica, expresión del quehacer anónimo de artesanos criollos, y su interrelación con la base económica, cuya manifestación material se expresa en el proceso evolutivo de la arquitectura trinitaria. Sus colecciones están compuestas por elementos arquitectónicos y objetos artesanales estrechamente vinculados al arte de construir en los siglos XVIII y XIX, uniéndose a la exposición permanente la antigua casona, testigo material de los modos constructivos y gustos decorativos de la villa.

Museo Nacional de Lucha Contra Bandidos: Esta institución tiene su sede en el antiguo Convento de San Francisco de Asís (1731), ubicado cerca de la

Plaza Mayor. Sus salas permanentes exponen colecciones de armas de diferentes calibres, tanto de las milicias revolucionarias como de las bandas capturadas entre 1961 y 1965. También se muestran objetos personales de combatientes que enfrentaron el bandolerismo, además de tipos de transporte marítimo arrebatados a organizaciones que intentaban apoyar ilegalmente desde los Estados Unidos a la contrarrevolución.

Las construcciones religiosas mas notables son sin lugar a dudas, la Ermita de La Candelaria de la Popa del Barco, la Iglesia Parroquial Mayor Santísima Trinidad, la Ermita de Santa Ana y el Convento de San Francisco de Asís, las cuales están distribuidas en los diferentes barrios de la ciudad. Como habíamos señalado, se desarrollan actividades culturales con motivos religiosos como las fiestas de San Juan, San Pedro, Santa Elena, Semana Santa en las que participa de forma masiva el pueblo. Se practica, además, el espiritismo y la santería. Relacionado con estas creencias, supersticiones y procederes mágico-religiosos, laten en la memoria del pueblo leyendas y mitos consideradas por algunos verdades históricas ya dispersas en la propia vida.

En Cienfuegos...

Desde siempre, Cienfuegos ha sido un fundamental centro generador de cultura y creatividad Su figura internacional más brillante es Benny Moré, bisnieto de un rey congolés traído a Cuba como esclavo en la era colonial. Nacido en 1919, en el poblado cienfueguero de Santa Isabel de las Lajas. Compositor, cantante, director de su propia orquesta, brilló en la mayoría de los géneros populares. Romántico en el bolero, acompasado y rítmico en el son y la guaracha, electrizante en el mambo. El pueblo lo llamaba "El Bárbaro del ritmo".

Cienfuegos se enorgullece de haber sido la cuna de la célebre agrupación musical "Orquesta Aragón". Una de sus figuras más distinguidas fue el prestigioso Richard Egües, considerado por la crítica internacional como uno de los mejores flautistas del mundo.

Las artes plásticas de Cienfuegos están representadas por la noble figura de Mateo Torriente (1910-1966). Supo tomar de lo académico la depuración de la técnica, uniéndola a lo novedoso de la vanguardia y la negritud como elemento de la cultura nacional cubana.

Entre los principales Atractivos históricos y culturales presentes en la ciudad encontramos:

Fortaleza de Nuestra Señora de los Ángeles de Jagua: Se construyó con el objetivo de evitar las visitas y comercio indeseados, España decidió construir una fortaleza de cantería a la entrada de la bahía. El ingeniero Joseph Tantete comenzó la obra en 1733 y fue concluida doce años después. Se inaugura bajo el nombre de Castillo de Nuestra Señora de los Ángeles de Jagua, pero se le conocerá como Castillo de Jagua. Enclavado en una pequeña altura de su orilla occidental, a la medianía del estrecho cañón de la entrada, guarda celosamente, con sus diez cañones en tres explanadas, su torre de base circular con aspilleras verticales y estrechas, su majestuosa cúpula con una tronera que semeja un ojo alerta sobre las aguas siempre tranquilas. Declarado Monumento Nacional, el colosal castillo fielmente restaurado, puede ser admirado por el visitante, quien recorrerá su capilla original, las húmedas celdas, su foso profundo imposible de salvar si está elevada su rampa y que permite la entrada al recinto amurallado, mientras escucha las deliciosas leyendas del lugar. En 1762 la zona del Castillo de Jagua se convierte en punto de concentración de barcos y destacamentos militares españoles disponibles en el interior de la isla, para desde allí salir a reconquistar La Habana, tomada por los ingleses. Así este territorio se convierte de hecho en la capital de la colonia hasta que se retiran los atacantes tras convenios con España, que prefiere prescindir de la Florida pero no de Cuba. Nuevos colonos españoles se establecieron en los alrededores de la bahía, e incluso levantaron tres ingenios azucareros, todo antes de la creación de la villa.

Parque José Martí: Ubicado en el lugar donde se oficializara la Fundación de la Colonia Fernandina de Jagua, el 22 de Abril de 1819. Convergen en él bustos en piedra o bronce a los más connotados e ilustres hijos de la ciudad, una

glorieta donde actualmente ofrece conciertos la Banda Municipal, y el Arco de Triunfo.

Palacio de Gobierno: En sesión efectuada el 27 de febrero de 1928, el Ayuntamiento acordó construir el actual Palacio Municipal a un costo de doscientos mil pesos y con un proyecto del ingeniero civil y arquitecto Miguel Ángel Talleda. El edificio fue inaugurado, ya concluido completamente, el 20 de mayo de 1950. Se destaca en esta edificación la cúpula de estilo toscano, orden clásico, pero de espíritu moderno

Teatro Tomás Terry: Céntrico y conservado, por su lunetario pasaron destacadas figuras del arte universal como Enrico Caruso y Sara Bernarht. Los frescos de sus techos mantienen el esplendor de las obras maestras. Inaugurado en 1890 gracias al financiamiento de Don Tomás Terry, acaudalado hombre de negocios de la ciudad, es un suntuoso exponente de la era dorada de Cienfuegos.

Palacio Ferrer: Vistosa mansión construida para una de las familias más acaudaladas de la ciudad, los Ferrer, quienes hospedaron por los años 20 al tenor italiano Caruso, y a otras figuras de renombre universal. Hoy es Casa de la Cultura.

Museo Provincial: Fue fundado el 20 de Noviembre de 1982. Actualmente radica en la antigua sede del Casino Español, excelente edificación que atesora vestigios de la arqueología precolombina, ricas colecciones de arte decorativa, testimonios sobre la fundación de la ciudad y documentos pertenecientes a patriotas y personajes relevantes de Cienfuegos. Su tipología es polivalente con significativas colecciones rescatadas del patrimonio local y regional.

Catedral Purísima Concepción: Connotada por la belleza de su altar, concebido con la elegancia del orden corintio, y por los Doce Apóstoles en vitral, traídos desde Francia por los días de la Comuna de París. Su construcción data de 1819. Alcanzó rango de catedral en 1904.

Fondo de Bienes Culturales: En esta céntrica casa están expuestas para su exhibición y compra, las piezas más variadas de los artistas plásticos y artesanos de la región. Muebles, adornos en piel, metal, madera y cristalería

ambientan cada rincón de esta vivienda, también parte inseparable de la creación y cultura cienfuegueras.

Palacio de Valle: Ubicado fuera del centro histórico, pero igualmente inseparable de la vida urbana cienfueguera. Pagado por un millonario español, es construido por un prestigioso ingeniero italiano en la segunda década del presente siglo. Considerado el edificio más insólito de la ciudad, esta edificación combina armoniosamente influencias de los estilos góticos, románico, bizantino y barroco, con preponderancia de lo mudéjar. Hoy acoge un restaurante de mariscos, otro de comida italiana, a El Bodegón especializado en embutidos, vinos y quesos, así como una tienda de antigüedades.

Cementerio de Reina: Fue construido en 1830 y declarado Monumento Nacional. Es un auténtico museo de arte funeral. Muestra el sistema de enterramiento por nichos verticales, prevalecientes en la época colonial española. En 1901, hasta la fecha, atesora muy completas colecciones de "Ficus" y palmas. De hecho, su palmero figura entre los 10 más completos del mundo. Existen 23 especies de bambúes, 65 de jagüeyes y 280 ejemplares de palma corcho y palma barrigona. Ellos redoblan el interés botánico de este jardín donde más de un 70% de sus 2000 especies son exóticas. Tiene 97 hectáreas, de las cuales 7 son de bosques natural reservado.

El Paseo del Prado: Es la vía de su tipo más extensa del país. Hacia su amplio entorno se han desplazado comercios de variadas características en la medida en que crece el tránsito de vehículos y peatones. Desde la época de su fundación ha recibido diferentes denominaciones. Primeramente fue Paseo de Vives; posteriormente lo identificaban por Paseo de la Independencia, y por último, el nombre conocido por todos: Paseo del Prado Ubicado en el centro histórico, su belleza y la magnificencia del entorno que le rodea, fueron factores importantes para que Cienfuegos fuese declarada Patrimonio Cultural de la Humanidad el pasado año. El trabajo constante y la preocupación de muchos funcionarios del Gobierno local posibilitan mantener la vía en excelentes condiciones de preservación. En la zona que ocupa el Paseo del Prado de Cienfuegos existe un constante accionar para la reparación de las calles, las

aceras y el área central, medida que abarcó recientemente a unas 338 edificaciones a las que se aplicaron labores de restauración y pintura, cifra que representa el 99,41 por ciento de los inmuebles de toda el área. Numerosas construcciones de incalculable valor cultural e histórico se hallan próximas al sitio, entre las que figuran la biblioteca provincial Roberto García Valdés; la casona de Los Leones - un antiquísimo local cuya entrada está guardada por las figuras talladas de dos de esos felinos-, o el amplio y majestuoso Obispado. Lllaman la atención el bello templo bautista, en el cruce con la calle 62, o el conglomerado de residencias de amplios balcones que, cuadra a cuadra, sin interrupción, custodian ambas aceras. Bajo ellas, los portales de columnas unifican y resguardan todo el conjunto arquitectónico. Se trata de los más auténticos y mejor conservados del país. A la Perla del Sur, como llaman con justeza a la ciudad fundada por un grupo de colonos franceses en 1819, acuden muchos turistas. Vienen atraídos por el trazado de sus calles, por sus monumentos y por la tonalidad verde azul del entorno marino. Llegan hasta el Prado, se toman fotos sentados en los bancos o caminan largas cuabras por el largo paseo.

Es necesario agregar además que la culinaria cienfueguera no se escapa a la influencia del mar y es debido a eso que los elementos de la culinaria en el territorio se vinculan a las langostas, camarones, las ostras y la jaiba. Entre los platos más famosos y distintivos son: Camarón al diablo, Camarón empanizado, Langosta Grillada, Cóctel de Langosta, Harina con jaiba y Paella. Constituyendo esto un significativo valor cultural que forma parte del llamado patrimonio vivo de Cienfuegos también lo es la tradición culinaria dentro de la que se destaca la langosta grillada y el camarón al diablo. Ambos platos tuvieron sus orígenes en el barrio del Perché en la entrada de la Bahía Cienfueguera. El primero se prepara con langosta, aceite, sal, ajo, pimenta, cebolla, vino seco, ají picante. Este plato se cocina con carbón sobre una plancha de acero inoxidable, se unta aceite en la parte del cascarón y se coloca una tapa para que el calor la cocine; el tiempo de cocción es de alrededor de 15 minutos. Este es un plato que se

prepara en ocasiones festivas y es decorado con algunas ensaladas por lo que se vuelve un plato muy colorido y por lo tanto atractivo.

El camarón al diablo es también un plato exquisito tradicional de Cienfuegos de muy fácil preparación para festividades ocasionales. Sus ingredientes son camarón, sal y picante criollo (vinagre o limón y ají picante o ajo). Para prepararlo primeramente se pela el camarón y se sala al gusto, se grilla en una plancha hasta tomar su color rojo, luego se introduce en plato lleno de picante criollo y por último se sirve y decora.