

Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales



DISEÑO ESTRATÉGICO METODOLÓGICO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS: “CIENFUEGOS PATRIMONIO CULTURAL DE LA HUMANIDAD”

Autores:

Dra. Luisa de los Ángeles Rodríguez Domínguez

MSC. Livan Aguirre García

MSc. Yaili Valdez garrido

Lic. Arianne Rivera Mestre.

Cienfuegos, 2011.

Resumen

El producto turístico cubano, caracterizado como el resto del Caribe, por la oferta de sol y playa, es también portador de una gran riqueza histórica y cultural, que forma parte de las motivaciones de viaje de los turistas del presente siglo. Su diferenciación regional dentro del propio país, requiere de acercamientos cada vez más profundos y específicos para la conformación de una planificación turística diversificada. Esto impone nuevos niveles de capacitación sociocultural de los recursos humanos del sector turístico y configuración de ofertas en las que prime la autenticidad de la cultura territorial. Con ese propósito se realiza la presente investigación que tiene como objetivo general incorporar elementos culturales tradicionales en la capacitación de los recursos humanos del sector turístico para el mejoramiento de la oferta turística en el territorio de Cienfuegos, poseedor de amplias potencialidades en sus recursos culturales (incluido un Centro Histórico Urbano que forma parte de la Lista del Patrimonio Mundial), que no se comercializan adecuadamente. Para ello se propone la elaboración de un texto único que integre las características esenciales de la cultura cienfueguera que sirva de punto de partida a la formación integral de los trabajadores y estudiantes del sistema de turismo de la provincia.

La investigación realizada posibilita la integración de los aspectos más relevantes de la ciudad cienfueguera en una sola fuente documental, su aplicación práctica se puede extender a sectores educacionales como los estudiantes de carreras afines a la actividad cultural y los propios recursos humanos de diferentes instituciones culturales.

se destaca el texto del libro propuesto como material de apoyo a la capacitación de los trabajadores del sector y con ésta, el mejoramiento de ofertas turísticas culturales en la región y así poder aumentar el turismo para el mejoramiento de la economía en nuestra ciudad.

Índice

Introducción Necesaria

i.- Análisis teórico para la comprensión de un fenómeno de desarrollo local en la comunidad de Cienfuegos.

1.1 Concepto de Patrimonio.

1.1.1 Clasificación de los Patrimonios

1.1.2 La Responsabilidad Patrimonial

1.2 Concepto de Patrimonio Cultural

1.2.1 Compaginar patrimonio cultural y desarrollo

1.3 Enfoques del desarrollo local y su relación con el Patrimonio Cultural e importancia.

1.3.1 El Patrimonio Cultural desde lo local.

1.4 El Patrimonio Cultural. Sus conceptos en función del desarrollo local.

1.4.1 El concepto de Patrimonio Cultural y su categorización en función de la gestión y de las estrategias de desarrollo local.

1.4.2 El Patrimonio Cultural Cubano. Estado de la cuestión

1.5 Patrimonio Cultural y Natural en Cienfuegos. Perspectiva para su implementación en el territorio.

1.5.1 Patrimonio cultural y turismo

1.5.2 El desarrollo del turismo dentro del Patrimonio Cultural.

1.5.3 Gestión del patrimonio y turismo cultural

1.6 Producto turístico.

1.6.1 Definición de producto turístico

1.6.2 Características del producto turístico.

1.6.3 Posicionamiento de un producto turístico.

II.-Caracterización del producto turístico Cienfuegos y sus potencialidades para el desarrollo del turismo patrimonial.

2.1 Caracterización de Cienfuegos para el diseño de productos turísticos en la zona a estudiar.

2.1.1 Enmarcamiento regional

2.1.2 Presentación de la ciudad

2.1.3 Medio Ambiente

2.1.4 Potencialidades y Restricciones.

- 2.1.5 Economía del territorio.
- 2.1.6 Estructura administrativa y funcional.
- 2.1.7 Turismo
- 2.2 Potencial de Cienfuegos para el desarrollo de la actividad turística
 - 2.2.1 La ciudad como oferta turística
 - 2.2.2 Potencial de alojamiento en Cienfuegos.
- 2.4 Argumentos metodológicos.
 - 2.4.1 Las técnicas y métodos aplicados

III.-Propuesta metodológica para el diseño de productos turísticos en Cienfuegos. 78

- 3.1 Valoración de la explotación de la zona para la aplicación como producto turístico.
- 3.2 Determinar oportunidades como producto turístico.
 - 3.2.1 Demanda
 - 3.2.2 Oferta
 - 3.2.3 Competitividad
- 3.3 Estructurar el producto.
 - 3.3.1 Potencialidades
 - 3.3.2 Objetivo
 - 3.3.3 Ideas de Productos
 - 3.3.4 Nombre del producto
 - 3.3.5 Atractivos y actividades
 - 3.3.6 Mix de servicios
 - 3.3.7 Equipamientos e infraestructura
- 3.4 Proceso de Prestación.
 - 3.4.1 Accesos
 - 3.4.2 Transporte
 - 3.4.3 Alojamiento
 - 3.4.5 Equipos e infraestructura
 - 3.4.6 Material informativo
- 3.5 Precio – Viabilidad Medio Ambiental y factibilidad de aplicación del producto mejorado o el nuevo producto.
 - 3.5.1 Cotizaciones

3.5.2 Cálculo económico

3.5.3 Establecer Precio

3.6 Distribución – Comunicación. El producto turístico obtenido, en este caso el recurso patrimonial.

3.6.1 Agencias de viajes

3.6.2 Tour Operadores (TTOO)

3.6.3 INTERNET

3.6.4 Posicionamiento

3.6.5 Acciones promocionales

3.7 Evaluación.

3.7.2 El Control Final del Producto Mejorado o Nuevo.

Conclusiones

Bibliografía

Anexos

Introducción Necesaria

El turismo, como actividad económica y factor de desarrollo local y regional, ha demostrado ser uno de los de mayor crecimiento en las últimas décadas, según los datos que aportan las Naciones Unidas. Podemos también hablar del turismo como un fenómeno social inscripto en los derechos del hombre a acceder y disponer de tiempo libre y de ocio; y si ampliamos un poco más esta última concepción, es finalmente un promotor de comprensión y tolerancia entre los pueblos en tanto y en cuanto permite vivenciar y entender grupos humanos con culturas diferentes. (Molina, 2003).

El turismo cultural constituye un destacado medio de intercambio con grandes potencialidades de rentabilidad económica en el patrimonio natural y cultural. Para el intercambio cultural, comercial y económico, debemos ser capaces de investigar el significado de nuestra identidad cultural como naciones. El gran significado de nuestra memoria histórica es la única manera de preservar nuestras individualidades como naciones y como regiones en un mundo en proceso de globalización creciente. (Weffort, 1997). Se reconoce ampliamente que lo cultural es muy importante para incrementar el valor del producto turístico. En una economía global que tiende a recompensar relativamente mejor las actividades que generan productos y servicios “diferenciados”, el turismo cultural puede ser utilizado como fundamento de una estrategia de “nichos” de mercado más redituables que los “productos” del turismo masivo de “sol y playa”. (Monreal y Padilla, 1999)

Es precisamente la cultura el atractivo de mayor peso en el negocio del turismo. Nos hemos propuesto destacar la condición de la cultura como uno de los activos principales con los que cuenta el Caribe insular para poder “ascender” dentro de las redes globales del turismo y con ello convertir efectivamente al turismo en un portador de desarrollo. (Monreal y Padilla, 1999).

La utilización de la cultura patrimonial como atractivo turístico puede ser un positivo instrumento de desarrollo local y regional desde el punto de vista socioeconómico, fundamentalmente en los países en vías de desarrollo, capaz de permitir una equitativa distribución de los beneficios económicos, sociales y culturales en las comunidades anfitrionas, reflejados, entre otros, en mejoras

en la educación, la formación, la creación de empleo, la generación de ingresos, la revitalización de los habitantes por su cultura, la atenuación o rompimiento de la estacionalidad en destinos de marcada estacionalidad (como los de sol y playa), el fortalecimiento de políticas y programas conjuntos entre los sectores de turismo y cultura, la generación de recursos para la conservación, restauración y protección de los sitios de valor patrimonial y la promoción del intercambio cultural entre la comunidad anfitriona y el turista. (Toselli, 2006)

El turismo cultural puede alcanzar mayores niveles de desarrollo en el país, si se gestiona de forma acertada, haciendo énfasis en la ampliación de ofertas turísticas culturales, que se basen en la investigación, capacitación y compromiso de los actores en cada territorio, a fin de lograr correctas interpretaciones en la necesaria diferenciación y potenciación de los recursos culturales con que se cuenta.

Como actividad que relaciona la historia y el patrimonio cultural, esta modalidad turística puede ser erróneamente manejada como una adición mecánica a las prácticas turísticas, ofertándose a nivel de experiencias de tipo folclorista, carentes de un profundo análisis de la producción cultural de las comunidades emisoras. Muchos consideran al patrimonio como la síntesis simbólica de los valores identitarios de una sociedad o cultura con su ambiente y por tanto, selectivo, cambiante, interpretable, recreable y procesable a través de la mitología, la ideología, el orgullo local o los planes de marketing. La naturaleza compleja y plural del patrimonio natural y cultural implica una gestión integral que articule investigación y gestión, produzca conocimiento y utilidad práctica, aproxime pasado y presente. La gestión integral implica comprender el trabajo en torno del patrimonio como una cadena o sucesión de trabajos que se inicia con la identificación y recuperación del registro, continúa con su estudio y valoración, ofrece soluciones a la administración actual de los bienes que lo integran, posibilita su revalorización y rentabilización como recurso cultural y culmina con la difusión. (Martín, M. 2000)

La gestión del patrimonio lleva implícita la adecuación de correctas políticas cognoscitivas relacionadas con temas culturales. Para el sector turístico se han definido conceptos como capacitación y desarrollo, que permiten validar el

perfeccionamiento a que se aspira como forma imprescindible de mejorar los conocimientos, habilidades y actitudes de sus trabajadores.

Desde la visión utilizada, la gestión además de un doble conocimiento: patrimonial y empresarial, tiene una triple demanda concentrada en la preservación/optimización de los recursos patrimoniales/rentabilidad cultural y económica, se presenta como un proceso donde se agrega sistemáticamente conocimientos, reflexiones sociales al desarrollo de facultades locales que permitan aportar y manejar de forma eficaz y coherente los más diversos contextos y dimensiones; posibilidad brindada por el Patrimonio Cultural y Natural .

A partir de las reflexiones teóricas y metodológicas van a introducimos en la propuesta metodológica para la gestión del proceso de mejora y diseño de productos turísticos en la ciudad de Cienfuegos desde la perspectiva del desarrollo local.

De esta forma contribuiremos al mejoramiento de los conocimientos de la gestión del patrimonio, de su sistema social e institucional y proveer a la comunidad cienfueguera de un inventario de recursos patrimoniales no realizado con anterioridad, así como, proponer estrategias elaboradas desde un diagnóstico e inventario de recursos patrimoniales con una visión crítica, ética y humanista.

La metodología se presenta como un instrumento teórico para la valoración de la ciudad como oferta turística, el cual nos conduce a la propuesta de atractivos para ser convertidos en recursos y estrategia perfeccionadora del pensamiento cienfueguero en este orden. Para asumirla fueron empleados las concepciones teóricas y metodológicas de la teoría sobre productos turísticos, su interpretación, planificación, gestión, acciones de organización de empresas para este fin, los estudios sociales de prácticas turísticas patrimoniales y de puesta en valor. Los resultados que se obtendrán pueden ser socializados en talleres y conferencias durante el proceso de investigación en el Centro Provincial de Patrimonio Cultural (CPPC) de Cienfuegos y resultó de importancia metodológica y referencial, para la producción científica, intelectual y creadora del grupo de desarrollo local del Patrimonio y en la relaciones entre cultural y turismo en Cienfuegos.

El tema objeto de estudio se concentra en el proceso de mejora o diseño de productos turísticos y su comercialización en la ciudad de Cienfuegos en general, aprovechando la ciudad como Patrimonio Cultural de la Humanidad y responde a la materialización de una mejor gestión de la actuación de directivos, comerciales y mandos de Cienfuegos.

Por la insuficiencia teórica y metodológica en los estudios de la gestión patrimonial desde la perspectiva del desarrollo local, abordamos un problema de investigación ubicado en esta esfera, se inscribe en el marco del diagnóstico para la puesta en valor de un turismo patrimonial en la ciudad de Cienfuegos y especialmente en las zonas con declaratoria patrimonial, ausente aún, y proporcionar herramientas a los territorios y autoridades para la proyección de este tipo de turismo. Para ello emplearemos la metodología utilitaria de complementariedad metodológica, dada la complejidad, extensión de tema y el tratamiento novedoso del contenido.

El problema se presenta por una insuficiencia en el planeamiento territorial y del turismo en la localidad, para asumir un futuro turismo patrimonial y la inexistencia de un diagnóstico con inventario y propuestas de estrategia para este tipo de turismo. El problema científico a resolver sería ¿Cómo contribuirá la elaboración de un diseño de productos turísticos: “Cienfuegos, Patrimonio Cultural de la Humanidad”, en función del desarrollo local de la ciudad? Esta situación se complejiza si tenemos en cuenta el carácter multidisciplinario proclamado desde su inicio para el trabajo de gestión, la multiplicidad teórica y práctica, la carencia de conocimiento sobre el tema en las instituciones que proyectan e implementan este tipo de turismo, las estrechas visiones y posiciones reactivas actuales ante el turismo patrimonial, y las perspectiva como instrumento de desarrollo local, el cual plantea que este no ofrece “novedades” al turismo tradicional hasta que los visitantes se acerquen a la vida cotidiana de los pobladores locales y generen una sinergia que permita a ambos mejorar sus visiones y concepciones sociales, promoviendo una actitud de conservación.

Se propone para la conducción de la investigación el siguiente supuesto hipotético

••• El diseño estratégico metodológico de productos turísticos, desde la perspectiva del desarrollo local contribuye a que la ciudad funcione como producto turístico para lograr prósperamente la sostenibilidad de la comunidad. Su comprobación exige una exploración teórica y una valoración de los contextos y patrimonios desde la perspectiva que permite colocarla en el enfoque del desarrollo local, como alternativa del empleo y conservación del Patrimonio Cultural y Natural e indagar en las condiciones objetivas y subjetivas para la gestión desde lo local, esto motivó acciones dirigidas a revisar y valorar diversos materiales, bibliografías, documentos, códigos legales, leyes, expografías patrimoniales, inventarios, organizaciones empresariales patrimoniales, convenios de trabajo entre cultura y turismo, narrativas museológicas, proyectos comunitarios patrimoniales, planes de manejo y desarrollo territorial, programas de desarrollo cultural, entre otros, para facilitar la contrastación empírica en búsqueda de la validez de la propuesta.

Objetivo general: Elaborar un diseño estratégico metodológico de productos turísticos desde la perspectiva del desarrollo local que contribuya a la proyección adecuada del turismo patrimonial para el logro empleo-conservación.

Objetivos específicos:

- Establecer teóricamente y metodológicamente los elementos principales para un diseño estratégico desde el matiz del desarrollo local.
- Caracterizar la zona, planta y la infraestructura turística del área, desde la perspectiva del desarrollo local para el diseño estratégico.
- Proponer el diseño estratégico metodológico de productos turísticos para la ciudad.

Objeto de estudio: Proceso de gestión de turismo patrimonial.

Con su cumplimiento se persigue proporcionar a los actores involucrados en la actividad turística, alternativas que le sirvan como punto de referencia para asegurar la correcta toma de decisiones en términos de supervivencia a largo plazo de los recursos patrimoniales, que forman parte de la gestión patrimonial.

Los Autores

I.-: Análisis teórico para la comprensión de un fenómeno de desarrollo local en la comunidad de Cienfuegos.

1.1 Concepto de Patrimonio.

El patrimonio es uno de los conceptos básicos del derecho civil y tiene interés tanto desde el punto de vista teórico, como desde el punto de vista práctico, porque se relaciona con muchas instituciones del derecho privado. Existen diversas y variadas acepciones del concepto de "patrimonio", que va desde el concepto jurídico estricto, pasando por el contable y económico hasta llegar a conceptos calificados como patrimonio cultural, patrimonio de la humanidad, patrimonio colectivo, corporativo etc.

Así como también algunos autores opinan que el patrimonio " no es un conjunto de objetos o de cosas, sino un conjunto de relaciones: derechos y obligaciones (Messineo)", en tanto que para Betty el patrimonio es "el conjunto de las posiciones jurídicas activas apoyadas en un sujeto".

Nuestra definición del concepto es el conjunto de relaciones jurídicas pertenecientes a una persona, que tienen una utilidad económica y por ello son susceptibles de estimación pecuniaria, y cuya relaciones jurídicas están constituidas por deberes y derechos (activos y pasivos).

El Patrimonio se encuentra integrado por tres elementos:

1. Su composición como conjunto unitario de derechos y de obligaciones: Concurrencia en bloque y simultáneos de derechos y obligaciones conectados, unidos entre sí por algún elemento de hecho o de derecho afectados a un fin determinado, para que conceptualmente se entienda la existencia de un patrimonio jurídico.
2. Su significación económica y pecuniaria, ya que solo las relaciones jurídicas de carácter pecuario (derechos reales, derechos de crédito), forman el contenido del patrimonio: Es decir, relaciones jurídicas valorables en dinero, porque el derecho patrimonial siempre está referido a un bien valorado en una cantidad determinada.
3. Su atribución a un titular como centro de sus relaciones jurídicas: Para que existan derechos y obligaciones debe existir un titular de ellas, algo o alguien que en su universo propio que las detente, sea persona natural o jurídica. Si se tiene el derecho es acreedor o titular potestativo de un

crédito, esta es una posición activa; por el contrario si se tiene la obligación o el deber se es deudor y se está en una posición pasiva.

El Patrimonio si bien nace con la existencia de personas, en cualquier ámbito, no se extingue por la extinción vital de la persona, con su muerte, o de la persona jurídica con la caducidad de su existencia o su extinción forzada por quiebra u otros elementos. Él queda conformado como una universalidad existencial transmisible a herederos o causahabientes en el mundo de las personas naturales, o en cartera en el mundo de las sociedades y entes colectivos. (Flores, 2003)

1.1.1 Clasificación de los Patrimonios

Patrimonio de destino o administración Es un patrimonio de tipo excepcional, desligado de la relación de dependencia con ningún titular.

En este caso existe un titular interino que está al servicio de un fin, el cual se caracteriza por:

- La destinación a un fin jurídicamente válido.
- La temporalidad de la situación que lo ha originado, fue superada esta, dejará de ser tal para integrar el patrimonio personal de alguien.
- La vigilancia y conservación a que se somete durante todo el tiempo que sea necesario y mientras dure la situación que le dio origen.
- Durante la provisionalidad, esta masa de bienes se encomienda a un administrador que lo mantiene y salvaguarda hasta tanto se ha conocido el titular de los derechos del patrimonio.
- Este patrimonio puede ser de dos especies: destino propiamente dicho y de liquidación.
- Patrimonio de destino propiamente dicho: es el caso del ausente mientras el fallecimiento no haya sido declarado legalmente, tal como lo establece el artículo 419 del Código Civil.

“Mientras la ausencia es solamente presunta, el juez puede.... nombrar quien represente al ausente en juicio, en la formación de inventarios o cuentas, o en las liquidaciones o particiones en que el ausente tenga interés; y dictar cuales quieras otras providencias necesarias a la conservación de su patrimonio”.

De la misma manera la herencia yacente en espera de alguien que acredite derechos sobre ella, como lo dispone el artículo 1060 del Código Civil.

"Cuando se ignora quién es el heredero o cuando han renunciado los herederos testamentarios o ab-intestato la herencia se reputa yacente y se preverá a la conservación y administración de los bienes hereditarios por medio de un curador".

El patrimonio del nasciturus (sujeto no nacido todavía) previsto en los artículos 922 y 925 del Código Civil. "Si sea instituido el heredero bajo una condición suspensiva, se nombrará administrador a la herencia hasta que se cumpla la condición hubo hasta que haya certeza de que no puede cumplirse..."

Patrimonio de Liquidación: plantea los casos del patrimonio del comerciante fallido en espera de repartirse entre los acreedores por el patrimonio de la persona jurídica en vías de liquidación, en espera de repartirse entre los socios que constituyen la persona jurídica. (Ibidem, 2003)

Patrimonio Colectivo: La principal característica de este tipo de patrimonio es que la titularidad de los mismos corresponden a más de una persona, en este caso, ninguno de los titulares tiene un derecho específico sino que todos unitariamente ejercen un derecho general sobre todos y cada uno de los elementos que constituyen el patrimonio, un ejemplo típico de ello es la comunidad de bienes en el matrimonio, establecido en el artículo 164 del código civil, el cual reza de la siguiente forma: "Se presume que pertenecen a la comunidad todos los bienes existentes mientras no se pruebe que son propios de algunos de los cónyuges".

Patrimonio Residual: El patrimonio residual es aquel en el cual el titular del patrimonio afecta algunos bienes a un fin específico o cometido especial. Cualquier sujeto aun desprovisto de bienes o con todos sus bienes afectados, es titular de un patrimonio residual en potencia. Por otra parte, el patrimonio residual se confundiría con el patrimonio general o personal, cuando el titular no ha afectado a favor de los patrimonios separados, por lo tanto es único e indivisible.

1.1.2 La Responsabilidad Patrimonial

Es el patrimonio que se considera objetivo sin calificación alguna, sin condición alguna o lo que es lo mismo no depende de una persona ni de la personalidad, sino más bien como un conjunto de bienes que persigue un fin judicialmente tutelado. Lo que existe en el patrimonio es un destino económico común, sin que nada importe la persona que lo tiene ni su personalidad. Al ser objetivo el patrimonio no que le impone, esto quiere decir, que es divisible, transmisible y enajenable. El patrimonio se define en razón del destino (patrimonio-afectación), que es un conjunto de derechos, bienes y obligaciones que posee o tenga en relación a un fin jurídico, organizándose autónomamente gracias a este fin de la afectación existe un elemento que sirve de cohesión a los distintos elementos que conforman el patrimonio, al separar la noción del patrimonio, de la noción de personalidad, se tiene que el patrimonio estimado en forma objetiva, es un núcleo de bienes y débitos inseparablemente afectados a un fin económico-jurídico, no determinándose su valor activo neto mientras no se haga efectiva su liquidación.

Se considera una aberración pensar en una transmisión total o en una enajenación del patrimonio como tal porque, significaría que alguna persona o parte quedaría sin patrimonio.

Contrariamente a la consideración de un patrimonio afectación surge el patrimonio personalidad, considerado por la teoría clásica del patrimonio o doctrina Alemana de Aubry y Rau, como el patrimonio de una emanación de la personalidad por lo tanto, lo determinante en el patrimonio es la persona, que es el sujeto titular, puesto que es su voluntad la que determina la actividad patrimonial. El patrimonio está unido a la persona, o sea, que el patrimonio realmente constituye una emanación de la personalidad y la voluntad es el elemento que reúne los derechos y obligaciones del patrimonio.

Para esta corriente que configura al patrimonio como una emanación de la personalidad ha de considerarse como una universalidad jurídica. De acuerdo con esta tesis surge un nexo entre el activo y el pasivo del patrimonio, entendido como un conjunto de derechos y obligaciones del sujeto titular del patrimonio, con respecto a los derechos el sujeto posee una posición de poder jurídico (activo patrimonial); por el otro, las obligaciones, teniendo allí un deber jurídico (pasivo patrimonial), esos derechos en virtud del nexo que existe

respecto a las obligaciones derivando de allí la garantía que los acreedores tienen sobre el activo del patrimonio.

El principio de la subrogación explica la garantía general contenida en el artículo 1864 del Código Civil, sostiene Aubry y Rau, que cuando el deudor sustituye parte de sus bienes (activo del patrimonio) por otros, esta nueva porción activa del patrimonio entra a responder de las obligaciones precedentemente constituidas, si el activo responde de manera general de las obligaciones, poco importa que el titular del patrimonio venda parte de sus bienes, dado que los nuevos derechos de que sea titular sustituirán a los vendidos continuando, así con las obligaciones del deudor, se opera una subrogación real de derechos que sustituye derechos entrando a garantizar las obligaciones que conforman el activo del patrimonio.

Por último acotaré que la responsabilidad patrimonial está condicionada al incumplimiento de un deber a cargo del deudor y como quiera que estos actos lesionan los intereses de los acreedores quirografarios, el legislador les concede ciertas acciones dirigidas contra el deudor, llamadas así: La acción Oblicua, La acción Pauliana y la Acción de Simulación.

La Acción Oblicua: Es denominada también acción subrogatoria por cuanto el acreedor se subroga la posición de su deudor y se dice que " el deudor de mi deudor es mi deudor". A través del ejercicio de esta acción, el acreedor no sustituye al deudor, sino que el acreedor solamente está ejerciendo el derecho de su deudor, por esta razón es una acción indirecta y además es una acción conservatoria, ya que el acreedor no trata de pagarse su acreencia, sino conservar el patrimonio del deudor, y a su vez ejecutar la defensa de los derechos patrimoniales de carácter pecuniario, ejerciendo las acciones y resguardo de su deudor salvo las que le sean exclusivamente personal.

Los efectos de la acción Oblicua se resumen en:

- El resultado de la acción aprovecha a todos los acreedores quirografarios, porque el patrimonio del deudor es la prenda común de sus acreedores.
- El acreedor no tiene el pago de su crédito, sólo obtiene que el pago ingrese al patrimonio del deudor, luego intentarán su acción ejecutiva.

La Acción Pauliana: El fundamento legal está consagrado en el artículo 1279 del Código Civil: "los acreedores pueden atacar en su propio nombre los actos que el deudor haya ejecutado en fraude de sus derechos". De modo que la

finalidad de la acción se consagra para que los acreedores protejan el patrimonio de su deudor solicitando la revocación de actos dolosos o fraudulentos que tiendan a desintegrar dicho patrimonio. Se dice que por su finalidad es una acción conservatoria.

Los efectos de la acción Pauliana son los siguientes:

- El acreedor obtiene la revocatoria del acto fraudulento. El acreedor tiene derecho a embargar al tercero el bien enajenado por su deudor, como si estuviese todavía en poder de este último, la salida de este bien del patrimonio que le servía de garantía, deja de ser para él un obstáculo.
- Esta revocación es parcial y se declara únicamente en su interés. El valor restituido no entra en el patrimonio del enajenante y por lo mismo no se vuelve a formar parte de la garantía común de sus acreedores, sólo puede distribuirse entre el acreedor demandante y los que se asociaron a él en sus gestiones.
- No se considera extinguido el acto fraudulento en las relaciones del tercero con el deudor, con respecto a este debe producir todos sus efectos.

La Acción de Simulación: Aparece consagrada en el artículo 1281 del Código Civil vigente y se trata de un acuerdo entre partes sobre la apariencia del acto para plasmar documentalmente un acto distinto a la voluntad sentida y real de forma que instrumentan un mecanismo que produce una apariencia distinta a la verdad. El acto jurídico es estimulado cuando las partes declaran o confiesan falsamente lo que en realidad no ha pasado o que no se ha convenido entre ellas, por lo tanto, si la actora otorgó al demandado un poder general para ejercer acto de dominio y de administración respecto de sus bienes, y en el juicio natural quedó comprobado:

- Que la hija del mandatario fue quien figuró como compradora del bien raíz.
- Que la compradora no pagó el precio que se indica en el contrato.
- Que el mandatario vive en el inmueble materia de la compraventa, se configura la presunción de que la compraventa cuya nulidad demandó es simulada, puesto que si la voluntad interna de los contratantes hubiera sido que el inmueble pasará a ser propiedad de la compradora, al no haberse pagado el precio es obvio que lo querido y deseado por las partes no sería coincidente con lo manifestado en dicho contrato, y por lo tanto, es evidente que la referida operación fue estimulada.

La simulación como vemos puede ser de dos formas:

••• Absoluta: que es cuando las partes sin haber celebrado. A lo que no existe en forma alguna como el caso de los testafierros, colocándose la propiedad de una cosa a nombre de una persona que en realidad no la ha adquirido.

••• Relativa: Cuando se ha realizado un acto determinado, pero las partes han simulado determinadas condiciones de dicho acto.

En toda simulación hay dos acuerdos de voluntades, el primero de crédito y confidencial, que puede ser verbal, pero que de ordinario es escrito tiene por objeto concertarse para fingir un acto posterior y declarar que éste no tiene existencia real alguna o tiene diversa naturaleza de la que aparenta por lo que no habría de producir los efectos jurídicos correspondientes y será destruido a petición de cualquiera de las partes. El segundo, es el acto público y aparente, que ha sido simulado por las partes y que no contiene realidad alguna o tiene una naturaleza diversa de la que ostenta.

La acción declarativa de simulación puede ser ejercida por cualquier acreedor anterior o posterior al acto simulado, ya que con su ejercicio se pretende hacer constatar cuál es la situación patrimonial verdadera del deudor.

También se dice que es una acción conservatoria, porque persigue constatar que determinado bien o derecho no ha salido en realidad del patrimonio del deudor. Para ejercer la acción de simulación no se requiere que el crédito sea exigible porque no se trata de ejecutar el crédito sino tan sólo se trata de demostrar la situación patrimonial.

1.2 Concepto de Patrimonio Cultural

El Patrimonio Cultural de un pueblo comprende las obras de sus artistas, arquitectos, músicos, escritores y sabios, así como las creaciones anónimas, surgidas del alma popular, y el conjunto de valores que dan sentido a la vida, es decir, las obras materiales y no materiales que expresan la creatividad de ese pueblo; la lengua, los ritos, las creencias, los lugares y monumentos históricos, la literatura, las obras de arte y los archivos y bibliotecas. (UNESCO, 1986)"

El patrimonio cultural es el conjunto de todos los bienes que hacen parte, y construyen el territorio municipal; dichos bienes son expresión directa, extensa y plena de la cultura de un pueblo. Está directamente relacionado con los

recursos ambientales, como con aquellos elementos y fenómenos que son producto de la interacción social: su producción material y simbólica.

El patrimonio se expresa en bienes tangibles y en bienes intangibles. Los bienes tangibles son, entre otros, la estructura geográfica (recursos ambientales y naturales), los hechos construidos, las manifestaciones de la estructura productiva y de los procesos de poblamiento, los sistemas de transporte y las obras de infraestructura como vías, caminos y puentes. En suma, todos aquellos productos de una sociedad que se reflejan en una serie de preexistencias y permanencias notables en el territorio.

Los bienes intangibles comprenden las manifestaciones simbólicas que continuamente se están recreando en la sociedad y reproduciendo generacionalmente, tales como las tradiciones, los patrones de comportamiento, las creencias religiosas, el folklore y el lenguaje.

Si bien la legislación vigente en materia de patrimonio cultural abarca el extenso panorama del patrimonio tangible e intangible, son solamente los bienes muebles e inmuebles (patrimonio cultural tangible) los que los entes territoriales deben incluir en los Planes y Esquemas de Ordenamiento Territorial.

Bienes muebles – bienes inmuebles

Lo que se puede mover y hace parte importante de la historia y evolución del municipio como lo son las obras de arte, reliquias, objetos arqueológicos, etc. Lo que no permite ser desplazado hacia otro lugar como es el caso de las edificaciones.

En cuanto al patrimonio cultural intangible, el municipio establecerá las acciones para su valoración, divulgación, protección y conservación. Las mencionadas acciones se deberán incluir en el Plan Municipal de Cultura y se desarrollará por intermedio de la Casa de la Cultura, con la participación de los gestores culturales del municipio.

El patrimonio cultural tangible se identifica de acuerdo con diferentes aspectos, que destacan la singularidad de cada bien, la importancia que los mismos han tenido a través de las diferentes épocas o su relación con el desarrollo de la comunidad.

Bienes inmuebles: El patrimonio arquitectónico y urbanístico se constituye en uno de los bienes patrimoniales más importantes para una comunidad, que al

igual que los recursos naturales es un bien no renovable. A partir del patrimonio arquitectónico se puede leer y entender la historia de un pueblo, sus períodos, sus transformaciones, etc. Pero cada vez que se demuele un inmueble de importancia patrimonial están destruyendo el registro visual y material de las diferentes épocas que marcaron su evolución y desarrollo y por lo tanto las tradiciones de esa comunidad.

El patrimonio cultural está formado por aquellos elementos de valor histórico y artístico que reflejan la herencia de las generaciones pasadas y que permiten comprender la historia y la forma de ser de un pueblo o más ampliamente, de una civilización. En general la conservación del patrimonio cultural pretende tres objetivos que son complementarios:

1. Objetivo histórico: el patrimonio refleja las señas de identidad, la forma de ser de un pueblo.
2. Estético: los bienes que integran el patrimonio cultural pertenecen al campo de las bellas artes, arquitectura, pintura, escultura, música... y tienen por lo tanto un significado cultural.
3. Socioeconómico: el patrimonio sobre todo en los últimos años ha demostrado que es una fuente de recursos económicos, de puestos de trabajo y de actividad empresarial.
4. Científico- jurídico: el estudio de las normas que regulan este patrimonio, su protección, conservación, comercio...
5. Científico- artístico: el patrimonio como objeto de la historia del arte que estudia por tanto escuelas, estilos, niveles de calidad artística.
6. Científico- patrimonio cultural: la sociología y al economía del patrimonio y en particular del turismo cultural.

El patrimonio cultural es el conjunto de exponentes naturales o productos de la actividad humana que nos documentan sobre la cultura material, espiritual, científica, histórica y artística de épocas distintas que nos precedieron y del presente; y que, por su condición ejemplar y representativa del desarrollo de la cultura, todos estamos en la obligación de conservar y mostrar a la actual y futura generación.

El patrimonio cultural de un país o región está constituido por todos aquellos elementos y manifestaciones tangibles o intangibles producidas por las sociedades, resultado de un proceso histórico en donde las sociedades,

resultado de un proceso histórico en donde la reproducción de las ideas y del material se constituyen en factores que identifican y diferencian a ese país o región.

El concepto de patrimonio cultural incluye no sólo los monumentos y manifestaciones del pasado (sitios y objetos arqueológicos, arquitectura colonial, documentos y obras de arte) sino también lo que se llama patrimonio vivo, las diversas manifestaciones de la cultura popular, las poblaciones o comunidades tradicionales, las artesanías y artes populares, la indumentaria, los conocimientos, valores, costumbres y tradiciones características de un grupo o cultura. Los elementos que constituyen el patrimonio cultural son testigos de la forma en que una sociedad o cultura se relaciona con su ambiente. Las manifestaciones y elementos que conforman el patrimonio cultural del hombre son un reflejo de la respuesta del hombre a los problemas concretos de su existencia sobre la tierra.

Desde el punto de vista de la antropología la cultura es el resultado de la interacción de la sociedad con el ambiente. Asimismo se debe entender que la cultura está constituida por los conocimientos, aptitudes y hábitos adquiridos por el hombre como miembro de una sociedad. La cultura y el medio están estrechamente relacionados: la primera es una forma de adaptación al medio, si este se transforma o modifica, la cultura también experimenta transformaciones, cambios o readaptaciones

1.2.1 Compaginar patrimonio cultural y desarrollo

Como recurso al servicio del desarrollo duradero, el patrimonio tiene valor por sí mismo. Representa al mismo tiempo la memoria colectiva de la población y un recurso potencial para su futuro. Realizada en el momento oportuno, la valorización del patrimonio no va en contra de la satisfacción de las necesidades actuales sino todo lo contrario.

La importancia del patrimonio, aunque éste sea modesto, es objeto de un consenso cada vez más amplio. El reto que se plantea hoy en día es más bien integrar mejor la protección, la valorización del patrimonio dentro de la perspectiva local de desarrollo.

Los defensores del patrimonio y los agentes de desarrollo local están llamados a colaborar. Los programas de desarrollo tienen que integrar en su

planteamiento la valorización del patrimonio, vencer las amenazas que lo ponen en peligro y valorizarlo tanto como sea posible.

A la inversa, los defensores del patrimonio tienen que tener en cuenta las necesidades del desarrollo local y aprovechar todas las oportunidades de sinergia que se presenten.

1.3 Enfoques del desarrollo local y su relación con el Patrimonio Cultural e importancia.

El desarrollo local surge fundamentalmente en Europa, como respuesta a las crisis macroeconómicas. Es la expresión de una lógica de regulación horizontal. Emerge de la dialéctica global-local propia de la globalización.

En el año 1975 el Banco Mundial expone una definición de desarrollo aplicada al ámbito espacial, en el que el Desarrollo Local es entendido como: "una estrategia diseñada para mejorar el nivel de vida, económico y social de grupos específicos de población".

El Desarrollo Local abarca una política global que incluya aspectos de descentralización administrativa, organización de la población, ordenación del territorio y dotación de infraestructuras y servicios, etc.

Aunque desde el año 1975 el Banco Mundial había expuesto esa definición de desarrollo aplicada al ámbito espacial de Desarrollo Local, no es hasta finales de los ochenta que se inicia a nivel internacional un importante giro en las políticas de desarrollo, que hasta entonces se imponían "de arriba a bajo" mediante políticas macroeconómicas globales alejadas de las realidades locales y que desde entonces pasan a ser tratadas "de abajo a arriba" mediante políticas mixtas macro y microeconómicas centradas en promover el protagonismo del desarrollo local. La puesta en marcha del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), marca la inflexión definitiva de esta tendencia a nivel mundial estableciendo dos principios esenciales:

- Pensar en lo global y actuar localmente. Es decir, adaptar las políticas genéricas (macro) a los casos concretos (micro) de cada entorno local.
- Fomentar la participación de las Comunidades Locales en sus Planes de Desarrollo. Es decir, convertir a las administraciones locales en los principales impulsores del desarrollo como fórmula para ajustarse al máximo a las necesidades y peculiaridades del entorno local.

Este nuevo modelo de desarrollo no se centraba solo en el progreso económico, sino también en el progreso humano y ecológico, siendo una de sus políticas principales el fomento de la cooperación entre los distintos agentes de una localidad (individuos, administración pública, organizaciones no gubernamentales, empresas, familias, entidades supralocales y los demás).

Se puede definir además el Desarrollo Local (Padilla Sánchez, et al, 2008) como un "proceso por el que se organiza el futuro de un territorio, como resultado de la planeación llevada a cabo por los diferentes agentes locales que intervienen en el proceso, con el fin de aprovechar los recursos humanos y materiales de un determinado territorio, manteniendo una negociación o diálogo con los agentes económicos, sociales y políticos del mismo. El Desarrollo implica la búsqueda del bienestar social y la mejora de la calidad de vida de la Comunidad Local y concierne a múltiples factores, tanto públicos como privados que deben movilizar los numerosos factores, para responder a la estrategia de Desarrollo previamente consensuada".

El desarrollo local "Se trata de un complejo proceso de concertación entre los agentes – sectores y fuerzas- que interactúan dentro de los límites de un territorio determinado con el propósito de impulsar un proyecto común que combine la generación de crecimiento económico, equidad, cambio social y cultural, sustentabilidad ecológica, enfoque de género, calidad y equilibrio espacial y territorial con el fin de elevar la calidad de vida y el bienestar de cada familia y ciudadano(a) que viven en ese territorio o localidad. Más aún implica la concertación con agentes regionales, nacionales e internacionales cuya contribución enriquece y fortalece ese proceso que tiene una lógica interna, que avanza de manera gradual pero no dinámica ni lineal, que le da sentido a las distintas actividades y acciones que realizan los diferentes actores".(Ibídem)

"... proceso basado en la alianza entre actores que se genera en un ámbito territorial inmediato, con el fin de impulsar procesos de cambio para el mejoramiento de su bienestar colectivo...capacidades de mejorar las condiciones ambientales".

"El desarrollo local es un proceso mediante el cual el gobierno y/o los grupos de una comunidad determinan administrar sus recursos, para crear nuevos empleos y estimular la actividad económica en una zona bien definida desde el punto de vista económico, indicando dicho proceso la formación de nuevas

instituciones, desarrollo de industrias alternativas, mejoramiento de empresas, transferencias de tecnologías". (Ibídem)

En términos de sistemas una localidad es:

- "Un conjunto de elementos en interacción dinámica, localizado dentro de los límites de un espacio físico determinado, organizados en función de un fin".
- "El espacio local, en tanto sistema, se compone de un conjunto de subsistemas en interacción dinámica entre sí y con su medio ambiente, cuya finalidad es la satisfacción de las necesidades... no solo de las personas que viven y/o trabajan en esta localidad, sino de las necesidades e intereses de los diferentes subsistemas que forman parte del sistema local".(Ibídem)

Es difícil precisar si el Desarrollo Local se trata de un proceso voluntario o involuntario, lo que sí está claro es que tiene una serie de elementos asociables al concepto: Inversión en sí misma y por sí sola, no es Desarrollo Local, pero generalmente es una componente esencial del mismo.

No existe un único modelo de Desarrollo Local, hay tantos modelos como experiencias, las cuales constituyen modelos autónomos cuyo control debe ejercerse desde el ámbito local, si bien se precisa la necesidad de una "coordinación" y cooperación a escalas y ámbitos mayores y más amplios que el local.

Es un proceso que nace y se compatibiliza con las peculiaridades locales de cada zona y del entorno inmediato a la localidad que parte con ventaja cuando se trata de territorios homogéneos, con una población mínima, es decir, con una determinada extensión, que resulte suficiente para constituir la llamada "masa crítica" necesaria.

1.3.1 El Patrimonio Cultural desde lo local.

Es preciso reconocer que para el caso patrimonial los procesos globales y locales tienen determinación recíproca. El patrimonio se presenta como interacción entre lo global y lo local, como su constitución dialéctica, su unidad recíproca y contradictoria. Lo local está unido por múltiples relaciones visibles e invisibles a lo global, sin cuyas relaciones estructurales sería imposible su existencia. Lo global sólo puede concretarse a través de lo diverso, de otra forma no sería más que mera abstracción.

Este contexto cubano exige de las Ciencias Sociales una revalorización epistemológica, vista ésta como la necesidad de nuevas categorías para analizar los cambios ocurridos en Cuba desde la década del noventa del siglo XX, el Patrimonio Cultural y sus empleos es un ejemplo de ello, pues como industria y proceso contracultural o respuesta a lo global se está operando en dimensiones sociales y culturales a escala local. En sus categorías es frecuente encontrar conceptos tales como: desarrollo humano local, desarrollo local, innovación para el desarrollo local, espacio local, enfoque territorial integrador, autogestión, entre otros.

Como principio del desarrollo local, en especial para el patrimonio se debe partir de un determinado territorio o localización geográfica, en un conjunto determinado de contextos expresado de forma concreta. Para lo local la eficiencia económica no depende tan sólo de lo que ocurra al interior de las empresas, sino también del resultado de la dotación, la orientación y la calidad de las infraestructuras básicas y de los servicios avanzados de apoyo existente en su entorno territorial elemento imprescindible en el trabajo de planeamiento, determinación y evaluación del Patrimonio Cultural para gestarlo y convertirlo en un recurso económico, pues el territorio es un actor decisivo de desarrollo, donde se da respuestas completas, eficientes al actual cambio estructural.

Por eso el desarrollo local y su visión en la comprensión del alcance y la potencialidad es vital para el empleo del Patrimonio Cultural como agente de desarrollo y su práctica en las economías territoriales. (Dávila, 2001). El uso y puesta en valor del Patrimonio Cultural desde la teoría del desarrollo local plantea la necesidad de acompañar estos esfuerzos con un conjunto de políticas de nivel microeconómico, así como de adaptaciones socio-institucionales, para estimular la creación de espacios de concertación estratégica, construir entornos innovadores en cada territorio y sus patrimonios, de ahí el valor de las teorías actuales del desarrollo local endógeno, el papel y formas concretas de manifestarse según el sistema socioeconómico donde se desenvuelve, papel de los actores sociales y su participación

Así encontramos distintos conceptos sobre lo local para el tratamiento del Patrimonio Cultural, pero coinciden, en referencias al espacio como superficie territorial de dimensiones razonables para el desarrollo de la vida, con una

identidad que lo distingue de otros espacios y de otros territorios donde “ Habitan, se relacionan, trabajan, comparten normas, valores, costumbres, representaciones y simbólicas, de identidad y de solidaridad, un escenario de reconocimiento cultural y de intersubjetividad en tanto lugar de representaciones y de prácticas cotidianas donde se construye la dinámica de desarrollo a partir de una identidad cultural colectiva y de solidaridad concretas.”(Soler, 2008)

Para Cuba lo local está dado por las escalas municipal y provincial, donde ocurren procesos que tienen consecuencias importantes para sus estructuras al promover el desarrollo en las dimensiones políticas, económicas y socioculturales, consolidando la localidad como un tejido social, toda vez que esta definición es más completa y abarcadora, aspectos estos a considerar en el trazado de estrategias patrimoniales. En este tipo de desarrollo se atribuye un importante papel a las experiencias de la organización, el valor del conocimiento de expertos y especialistas y a la población con sus accionar, las cuales posibilitan definir desde lo propio el objetivo del desarrollo, particularmente en lo relativo a la historia y la cultura, así lo local en el patrimonio reconoce que este no equivale a la transformación hacia formas superiores de todos los componentes de ese mundo y donde el municipio y la comunidad e incluso el barrio es el actor esencial en torno a un plan de desarrollo territorial dentro de una perspectiva de construcción sociocultural, directamente engarzado con el rescate de sus posibilidades económicas desde su identidad cultural, sus potencialidades, el estímulo a las capacidades de los hombres y las mujeres.

Se trata de generar participación para que en el ámbito local sus pobladores, que en el caso del patrimonio, se centra fundamentalmente en la conservación de los recursos patrimoniales. El desarrollo local para la gestión patrimonial constituye un proceso amplio que involucra diferentes actores, entre los cuales se encuentran las organizaciones sociales, las empresas y el gobierno local. Así la conceptualización de gestión y conservación del Patrimonio Cultural en el desarrollo local se expresa como un proceso consciente, establece fines y compromisos de los sujetos implicados, promueve aprendizajes y actitudes. La calidad de la misma está dada en la toma de decisiones. La especificidad del

desarrollo local no puede comprenderse como una cuestión ubicada sólo a nivel micro, sino como un proceso micro-macro íntimamente relacionado.

Entre los factores estratégicos del Patrimonio Cultural para el desarrollo local los teóricos latinoamericanos y cubanos se adscriben a dos tipos de naturaleza, las tangibles que realzan la construcción de entornos innovadores territoriales, tales como, la composición sectorial de la base económica local, los tipos y tamaño de empresas, la estructura y nivel de costos y precios de los factores, la naturaleza de los productos y los procesos productivos, el medio ambiente, las infraestructuras físicas, etc.(Vázquez, 1988) También distinguen los factores de naturaleza intangible que dependen de la capacidad de los empresarios y de los actores locales en general, para crear o mantener las condiciones e institucionalidad apropiadas para el fomento de las innovaciones productivas y de gestión.

Para el caso del Patrimonio Cultural y sus empleos como recurso patrimonial los éxitos o fracasos de las Iniciativas de Desarrollo Local dependen sustancialmente de los factores intangibles (o invisibles). Son precisamente estas capacidades humanas e institucionales las que hacen que territorios que poseen dotaciones de recursos bastante similares en cantidad y calidad, alcancen resultados de desarrollo diferentes. Estos factores actúan a través del despliegue de acuerdos de concertación estratégica y su concreción en instituciones o agencias en una eficiente coordinación de los diferentes niveles territoriales de las administraciones públicas y de un contexto integrado coherente de las diferentes políticas de desarrollo entre esos niveles.

En la comprensión del patrimonio como recurso local se observan dentro de las Iniciativas de Desarrollo Local, promovidas desde diversos ámbitos (municipio, ciudad, comarca, microregión, área metropolitana, barrio, etc.) según los actores e instituciones protagonistas, donde se combinan los recursos endógenos y exógenos, incorporándolos en una estrategia de desarrollo capaz de generar efectos multiplicadores y en la creación de nuevas actividades y empresas.

Constituye una herramienta indispensable en este proceso, porque otorga competencias, recursos y responsabilidades a las diferentes instancias territoriales.

La adquisición de tales competencias plantea, a la cultura local y a los sistemas de educación básica y capacitación profesional en el ámbito territorial y patrimonial exigencias de calidad, diferentes tipos de cambios, así el desarrollo local tiene para su despliegue en la sociedad cubana grandes ventajas¹ pues en su gestión facilita el mejor conocimiento de las necesidades e intereses de los pobladores de su área de acción², propician la participación ciudadana en la búsqueda del consenso, la identidad, que coordina e integra a dirigentes, delegados, organizaciones de masas, entidades y vecinos en general para identificar problemas y sus posibles soluciones en función de organizar y promover el esfuerzo colectivo, estrategia de trabajo, control y resultados de las acciones³

El desarrollo local en Cuba tiene también que superar determinados obstáculos, tales como la existencia de algunas estructuras estatales organizativas y normas legales y políticas de funcionamiento que por diversas razones no cuentan con la suficiente flexibilidad, estilos de dirección preferidos y establecidos que no siempre se adecuan a las condiciones actuales, la concepción sobre la participación y la toma de decisiones que en muchos casos no rebasa el concepto de movilización y por tanto no llega a involucrar a los actores sociales en los procesos que se operan en la sociedad, así como determinados aspectos de la estructura de la personalidad predominante.

Lage Dávila, ha expresado: “Deben existir dos categorías de acciones o proyectos: aquellos destinadas a crear riquezas, y que se expresan en un retorno económico que debe ser pronosticable y medible en términos económicos y aquellas destinadas a crear contexto social, que consumen recursos y cuyo retorno se mide de otra manera.”(Dávila, 2001). Aquí se presenta una nueva razón para estrategias diferentes, la economía del Siglo XXI “La Economía del Conocimiento”, dimensión donde se inscribe el Patrimonio Cultural en el desarrollo local al producir un producto diferente y mejor con valores agregados en la “cadena del valor.”

El desarrollo local desde esta perspectiva requiere de la participación cada vez más calificada e interesada de todos los actores involucrados en el mismo,

¹ Reglamento de las Asambleas Municipales del Poder Popular, Septiembre, 1995, capítulo 2, artículo 3.

² Ley No. 91 de los Consejos Populares, capítulo 1, artículo 2.

³ Ibídem, capítulo 6, artículo 35.

cuyos intereses sean susceptibles de estar afectados por el desarrollo aún más en el Patrimonio Cultural que exige un conocimiento dinámico, creciente, vulnerable y transformador y requiere de ideas concretas y creativas en acciones de desarrollo y puesta en valor.

1.4 El Patrimonio Cultural. Sus conceptos en función del desarrollo local.

El Patrimonio Cultural y Natural es una categoría social, cultural, económica y política que a pesar de tener una condición histórico-social su concepción teórica es muy reciente, determinado y movido por un interés humano de preservación de sus expresiones materiales y espirituales, fundamentalmente los hitos de la historia humana.(Aguirre, 2008). La búsqueda de consensos legales, institucionales, financieros y conceptuales se desarrolló a partir de reuniones y cónclaves territoriales e internacionales que se fortalecieron posteriores a la primera guerra mundial y en los períodos de interguerra y posguerra, evidenciando una preocupación por cuidar y preservar para futuras generaciones la herencia monumental humana.

Los primeros escritos y dictámenes estuvieron vinculados a este tipo de patrimonio, entre ellos podemos citar la Carta de Venecia de 1964, la cual desde el forum internacional comenzó los trabajos de institucionalización vinculados a la gestión patrimonial, la cual se produce en el International Center for the Study of Conservation and Restauration of Monument and Site (ICCROM). Posteriormente por la importancia dada por los Estados miembros incorporados a la actividad gestora, comenzó a garantizar la formación de recursos humanos, técnicos, administrativos y políticos, orientó una estrategia de formación institucional a nivel regional en los diferente continentes donde el International Center of Conservation and Restauration of Monument (ICROM) jugó y juega un papel rector, estratégico, orientador y de formación en el orden de la restauración, conservación y en gestión a partir de la década del 80 del siglo XX. La labor institucional, científica y pública de los Estados desencadenó una labor de discusión y confrontación de criterios que generaron diversidad de documentos metodológicos y tecnológicos que solicitaban en esta primera etapa la protección y la gestión encaminada a la búsqueda de un esfuerzo estatal y financiero.

El surgimiento de organismos internacionales como la Organización de las Naciones Unidas (ONU) y la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), posibilitaron estudios e investigaciones en centros patrimoniales, financiamiento para la restauración de monumentos, procesos de identificación y valoración, los cuales se fueron cohesionando a partir de estrategias globales facilitadoras de conocimiento, valoración, previsión y protección de los monumentos en peligro de desaparición. Estrategias compartidas legitimizadas desde sus culturas locales priorizando los centros históricos, museos, galerías que poseían declaratoria e importancia internacional.

La década del sesenta del siglo XX se mostró con grandes crisis y transformaciones sociales, económicas, políticas, ideológicas y culturales que abarcaban al hombre y a la naturaleza y a las expresiones culturales más intrínsecas de la humanidad, pues mucho de sus mitos históricos, políticos y religiosos necesitaron de una nueva explicación, interpretación y resignificación del mundo, posibilidad que brinda el Patrimonio Cultural. (Soler, 2008).

Esto obligaba a que sus manifestaciones se apreciaran y reconocieran como expresiones de identidad y cultura, se incorporan a los estudios culturales de la época dentro de las nuevas tendencias antropológicas, etnológicas arquitectónicas, históricas y sociológicas, apareciendo vertientes de interpretación como los ecomuseos, los museos de sitios y los megamuseos, los parques naturales con alto contenido monumental,(Soler, 2007) surgía la lectura e interpretación del patrimonio como modalidad de gestión y como expresión del desarrollo humano, apoyados en el turismo. Aparejado a este procesos se desarrollaba la Guerra Fría, la que implementó una perspectiva diametralmente opuesta en la concepción y conservación de sus patrimonios, las cuales respondían a una concesión ideológica del Estado, por tanto se formulaba como una manifestación del poder hegemónico colocándose como punto en las agendas de los Estados, pero con visiones y perspectivas diferentes: una profundamente social, estática y ortodoxa en los países socialista y otra tecnocrática vinculada al mercado y la explotación del patrimonio natural en sus inicios relacionadas con el capitalismo (Soler, 2006).

Estos trabajos facilitaron la identificación, conservación y empleo social del Patrimonio Cultural, los cuales se establecían como los indicadores de gestión.

Con tal motivo la UNESCO convoca a la Convención de París de 1970 la cual coloca dentro de su agenda cardinal los elementos conceptuales principales del patrimonio y las estrategias en este sentido.

1.4.1 El concepto de Patrimonio Cultural y su categorización en función de la gestión y de las estrategias de desarrollo local.

En el contexto de la vida moderna entre la comunicación planetaria instantánea y la mundialización existe el riesgo de una estandarización de la cultura. Sin embargo, para existir cada persona necesita dar testimonio de su vida diaria, expresar su capacidad creativa y preservar los trazos de su historia, (Soler, 2008 A) una de las vías y recursos principales es el Patrimonio Cultural.

En un principio fueron considerados Patrimonio Cultural y Natural los monumentos, conjuntos de construcciones y sitios con valor histórico, estético, arqueológico, científico, etnológico y antropológico. Sin embargo, la noción de Patrimonio Cultural y Natural se ha extendido a categorías que no necesariamente forman parte de sectores artísticos, pero que también tienen gran valor para la humanidad. Entre estos se encuentran las formaciones físicas, biológicas y geológicas extraordinarias, las zonas con valor excepcional desde el punto de vista de la ciencia, de la conservación o de la belleza natural y los hábitats de especies animales y vegetales amenazadas. Este patrimonio basa su importancia en ser el conducto para vincular a la gente con su historia. Encarna el valor simbólico de identidades culturales y es la clave para entender a los otros pueblos. Contribuye a un ininterrumpido diálogo entre civilizaciones y culturas, además de establecer y mantener la paz entre las naciones.

Otra vertiente moderna del Patrimonio Cultural es aquella que valora no sólo nuestra memoria pasada sino también nuestros testimonios presentes materiales y espirituales facilitando una visión global del proceso, testificar la experiencia humana en una experiencia compartida que ofrezca la oportunidad del descubrimiento de lo propio en un caudal de conocimiento propio y ajeno a la misma vez, como testigos de la formas de la sociedad en relación con su ambiente; además de ser un reflejo de la respuesta del hombre a los problemas concretos de su existencia en la comunidad. El valor más importante del Patrimonio Cultural es la diversidad, criterio de gran importancia para el concepto de desarrollo local del recurso patrimonial.

Se define por primera vez y se extiende hasta nuestros días en la Convención de la UNESCO de 1970, al respecto se plantea: Significa propiedad para cada Estado, con base en motivos religiosos o seculares, posee valor arqueológico, prehistórico, literario, artístico o científico que pertenece a diferentes categorías expuestas en esta convención (UNESCO, 1970). La Convención determinó las categorías que pueden considerarse patrimonio y se presenta como aquellas expresiones que pueden convertirse en recurso patrimonial, de ahí la necesidad del conocimiento de las mismas y sus formas de inserción en las economías locales y en el desarrollo de las comunidades (Ver anexos 1.1 y 1.2) Definió una estrategia de acción para los Estados firmantes debido al amplio reconocimiento que tuvo, su alcance conceptual y social, y su capacidad normativa, por eso “ solo resulta de utilidad si los gobiernos nacionales especifican en sus legislaciones cual Patrimonio Cultural y Natural debería ser protegido. Eso implicaba un listado de elementos a considerar como tales. De manera que constituye un requisito para cada Estado que se adhiere a la Convención de la UNESCO de 1970.⁴ De esta manera se legitimizaba al patrimonio como tarea de los Estados y como parte de su política, de ahí la necesidad de la protección, promoción y empleo de la legislación para su uso, su valor para el desarrollo local a la hora de su empleo como recurso y en las estrategias de ese desarrollo.

Este concepto se vio favorecido por las diversas actualizaciones, debates, percepciones y categorías que se amplían en el discursar humano con la aparición de procesos nuevos en el orden comercial de las industrias culturales y el comercio ilícito de obras patrimoniales como indicador de riqueza, se desenvuelve y establece además, para los efectos de la Convención de 1970 que los Estados adherentes reconozcan como efectos de esta la existencia de otras categorías que reubican en las formas de producción, pertenencia social, antropológica y cultural que para nuestro objeto de estudio también pueden ser gestadas y empleadas como recursos patrimoniales tal es el caso del patrimonio inmaterial y la diversidad cultural (Ver Anexo 1.3)

⁴ 4 Boletín Museo, Banco Central de Reserva del Perú Vol. VI, No4, Junio del 2001-pp.6-7.

En los últimos años se vienen abriendo paso ciertos cambios conceptuales en relación con el Patrimonio Cultural al considerar el patrimonio cultural como algo de todos, independientemente de cuál sea el lugar geográfico concreto donde se halle. Se trata de interiorizar una idea donde el Patrimonio sea de cualquier lugar y tiempo de su creación, es una contribución al Patrimonio Cultural de la humanidad como un todo. La ampliación del concepto de patrimonio tanto en su temporalidad como en su propio objeto permite el surgimiento de una serie de conceptos como: Patrimonio Cultural Viviente, Patrimonio Oral, Patrimonio Intangible, Persona Patrimonio, tratado como procesos inseparables de los actos humanos con un valor fundamental asignado.

De esta manera se abre un abanico de posibilidades de recursos no renovables en constante transformación y creación que pueden ser empleados como recursos potenciales de una comunidad, que permita la obtención de ingresos para su auto desarrollo, de uso sostenible como recurso patrimonial traducido en la gestión y conservación, denominada proceso de apropiación social y económica del Patrimonio Cultural. (Aguirre, 2009)

1.4.2 El Patrimonio Cultural Cubano. Estado de la cuestión

En Cuba aparece como parte de las políticas culturales en la década del 60 del siglo XX, se legitima hacia finales de los setenta de este siglo al incluirse en las proyecciones sociales y legales del Estado cubano como herencia tecnológica, social, cultural y económica, se comienza a considerarlo “como variable y dimensión social, dialéctico sustentado en la incertidumbre del sujeto a la variabilidad desde su interpretación y uso, sus visiones de posterioridad y trascendencia, y su valía en los imagos mundis sociales que influyen considerablemente en la visión del mismo, de su capacidad de empleo; aquí radica la complejidad del proceso en cualquiera de las comunidades y sociedades que genere. Tal visión implica tener en cuenta la relación social simbólica contenida en el territorio y su patrimonio, la carga valorativa asignada, las maneras de reflejar los procesos de renovación social, política,

cultural y científica, en la diversidad de lenguajes culturales, el reconocimiento colectivo y el estímulo de la conciencia crítica⁵.

Cuba fue uno de los primeros Estados firmantes de la Convención, implementó un sistema de leyes y definió las categorías del Patrimonio Cultural Cubano. Fue aprobada la Ley No. 1 en la Asamblea Nacional del Poder Popular y editada en la Gaceta Oficial de la República de Cuba en agosto de 1977 (Ver anexo 1.4).

En el año 1983 se edita por la propia Gaceta, el Decreto No. 118 de la Asamblea Nacional, el cual ratifica y amplía el concepto de Patrimonio Cultural y determina las categorías a ser empleados por el sistema cubano. El decreto señala en Artículo 1: El Patrimonio Cultural de la Nación está integrado por aquellos bienes, muebles, e inmuebles que son la expresión o el testimonio de la creación humana o de la evolución de la naturaleza y que tiene especial relevancia en relación con la arqueología, la prehistoria, la historia, la literatura, la educación, el arte, la ciencia y la cultura en general y fundamentalmente⁶.

Este Reglamento determinó para el caso cubano las categorías patrimoniales fundamentales extendidas hasta nuestros días y empleadas en nuestro objeto de estudio (Ver anexo 1.1 y 1.2). Este documento legitima desde punto de vista institucional la responsabilidad pública y social que le pertenece al Ministerio de Cultura delegada en la Dirección Nacional de Patrimonio Cultural, encargados de la declaración del Patrimonio Cultural. Tal enfoque es importante porque esta institución realiza la inventarización y determinación de lo patrimonial, coloca sus condiciones de protección y empleo a partir del Estado Cubano, por tanto de estos aspectos se debe nutrir a la hora de trazar las estrategia de gestión por su responsabilidad política, social, económica, cultural e institucional.

En estas leyes se establecen los primeros mecanismos de protección y empleo de los monumentos, sitios históricos, y centros urbanos, los acerca a

⁵ Soler, Salvador David. Conferencia magistral dictada en la Universidad Simón Bolívar de Quito, soporte digital, Quito, febrero del 2009. p.23

⁶ Decreto Ley 118. Reglamento para la ejecución de la ley de protección al patrimonio Gaceta Oficial de la República de Cuba, La Habana, 1983. p.1607

estrategias de gestión de acuerdo con el pensamiento de la época que se refrenda en la Ley No. 2 que establece las categorías de monumentos (Ver Anexo 1.5), y en sus capítulos contiene indicaciones metodológicas para el uso de los Monumentos Locales y Nacionales, los cuales se quedan a nivel de la protección, las prohibiciones para el uso, las formas de investigación e inventarios y los criterios deontológico para la conservación.

Determina la antigüedad y autenticidad de los bienes patrimoniales, para el caso cubano es 50 años, el establecimiento de una política general encaminada a atribuir al Patrimonio Cultural y Natural una función en la vida colectiva e individual para su protección, el diseño de programas de planificación general, la política de conservación, estrategias institucionales de capacitación e investigación científico técnica para perfeccionar los métodos de intervención en monumentos y Centros Históricos Urbanos (CHU), establecer las indicaciones de regulaciones jurídicas, administrativas y financieras y la creación de centros nacionales o regionales de formación en materia de protección, conservación y revalorización de las expresiones patrimoniales, realizadas a través de la Cátedra Regional de al UNESCO para la ciencia de la conservación integral de los Bienes Culturales para la América Latina y el Caribe (CRECI), materializado en un centro docente investigativo conocido como el Centro Nacional de Conservación, Restauración y Museológica (CENCREM).

En el caso cubano el sistema de leyes constituyó una forma del pensamiento estratégico de la Nación, estuvo condicionado por las expresiones histórico-sociales concretas, de ahí que sus categorías estuvieran vinculadas estrechamente a la memoria histórica, sus hitos más sobresalientes condicionados en el tiempo y el espacio histórico. Esta particularidad determina, inventarios, niveles de protección y referentes hacia el interior de la sociedad, de ahí su valía en la gestión y en la determinación de los atractivos patrimoniales. Se reafirma en el artículo 39 de la Constitución de la República de Cuba de 1992 al reconocer en su inciso h) El Estado defiende la identidad de la cultura cubana y vela por la conservación del patrimonio cultural y su riqueza artística e histórica de la nación. Protege los Monumentos nacionales y los lugares notables por su belleza natural por su reconocido valor artístico o

histórico⁷, por ello la gestión y planificación del patrimonio se constituye como forma de hacer cumplir preceptos de la Nación cubana y le ofrece entonces a la gestión un papel de gran relevancia en el cumplimiento del deber ciudadano. Por eso la estrategia trazada por Cuba constituye una referencia mundial a partir de la década del 80 del siglo XX.

1.5 Patrimonio Cultural y Natural en Cienfuegos. Perspectiva para su implementación en el territorio.

A nivel nacional se establece a partir de 1976 el establecimiento de formas organizacionales para el trabajo del Patrimonio Cultural hacia el interior de los territorios, estas estructuras aparecen con la nueva División Político Administrativa y el proceso de institucionalización en Cuba, además de procesos trascendentales de las políticas culturales como las 10 instituciones culturales básicas⁸. Los grupos de técnicos para el trabajo patrimonial estaban constituidos por graduados en letras de la Universidad de la Habana, la Universidad Central de Las Villas y arquitectos, los cuales estudiaron e implementaron las Leyes No. 1 y 2 del Patrimonio Cultural, dedicándose en un principio al inventario y caracterización histórica, cultural y arquitectónica del mismo, fue al CHU de Cienfuegos su primera atención bajo la dirección de la Msc. Inés Suao Bonet graduada en crítica de arte de la Universidad de Lomonosov.

El concepto de la ley fue manejado para el inventario, determinación y evaluación del Patrimonio Inmueble de la zona escogida para el estudio, culminado con las categorías de Monumento Nacional en inicio el Parque Martí y su entorno y posteriormente el CHU⁹, ello facilitó la selección e identificación de las manifestaciones que pueden emplearse como recurso patrimonial y

⁷ 7 Constitución de la República de Cuba. Gaceta Oficial de la República de Cuba, Ciudad de la Habana, 1992.

⁸ Al respecto puede consultarse el texto sobre políticas culturales en Cuba de la Lic. Maria Isabel Landaburo y el tratamiento que se le ofrece a esta política en los municipios del país los cuales se realizaron de forma homogénea, sin un diagnóstico adecuado y sin tener en cuenta las tendencias de desarrollo local de los pueblos

⁹ En la Oficina de Monumentos y Sitios Históricos del CPPC aparece los expedientes de declaratoria en 1982

fueron las primeras formas de gestión del patrimonio desde la visión de aquella época, por eso este concepto nos ofrece un enfoque del alcance de los patrimonios que en la actualidad se manejan en los espacios físicos.

En la década del 80 y el 90 del siglo XX se fue configurando el sistema institucional encargado en la actualidad del trabajo con el Patrimonio Cultural en Cienfuegos, alcanzando su mayor plenitud en la década del 90 del siglo XX y el inicio del siglo XXI, el cual continuó manejando una concepción de la gestión sustentada en el inventario y en estrategias de restauración de edificios que buscaran el rescate y representación de determinado momento histórico, este proceso tuvo una clara fisonomía unitaria, expresión de una comunidad social, individualizada y organizada, donde participaban un grupo de instituciones relacionadas con el planeamiento de la ciudad como Planificación Física, Vivienda y la Asamblea Provincial del Poder Popular.

La estructura institucional para el valor del patrimonio respondió a la Ley No. 1 y su Reglamento, expresada en una estructura local vinculada a la Dirección Provincial de Cultura. (Ver anexo 1.6) En esta etapa la labor se centró en el Centro Provincial de Patrimonio Cultural (CPPC), la cual atendía al CHU de Cienfuegos. La gestión estaba dirigida y basada solo en la restauración, a partir de un presupuesto estatal financiado por la Asamblea Provincial del Poder Popular, la cual asumía toda la fase estructural del débito social y las demandas representativas desde áreas de desarrollo centradas en la Asamblea Provincial como administración local. En este sentido vale la pena señalar que la gestión por parte de las instituciones de Patrimonio Cultural

Parque Martí y su entorno, 1995 CHU de Cienfuegos se regía por acciones solo de índole metodológicas dirigidas a la valoración y determinación del sistema de valores patrimoniales, su inventario, medidas de conservación y tareas técnicas de restauración. La planificación se centró principalmente en los planes vinculados a la Dirección Provincial de Planificación Física (DPPF), los cuales tenían funciones investigativas, decisivas y reguladoras de las propuestas técnicas de ejecución.

Para esta etapa el turismo no constituía un indicador económico; la gestión se orientaba hacia la educación política, ideológica y cultural de los diversos actores, alejada de la diversificación de los destinos patrimoniales. Estas seguían una concepción vertical de la gestión y del desarrollo en ocasiones con

una tendencia homogenizante, respondiendo a planes de emergencias y contingencia de diversas índoles en el orden del rescate y la conservación. Se destaca, sin embargo, que en el orden científico y técnico las intervenciones particulares y puntuales, respondían a las características históricas, arquitectónicas, estéticas, funcionales y rehabilitadoras de cada construcción o área en cuestión, a los entonces códigos de autenticidad sustentado en un fundamento de conservación y restauración histórico y representativo.

Territorialmente la nueva provincia se correspondía con la región surgida en el siglo XIX, dándole unidad, relación sociológica y psicológica, a la perspectiva cultural con expresiones comunes de identidad histórico cultural y económica que facilitaban y facilitan la labor social de identificación y selección de los patrimonios, las cuales influyen en la organización administrativa de los pueblos, comunidades y en el desarrollo local. Respondían a indicadores de la historia regional como: delimitación física, índices de desarrollo económico coherentes desde la estructura del mercado y la industria azucarera, códigos y significados culturales sustentados en una tradición histórico social y contextualizada, mantenidas en el tiempo y el espacio, estudios de ciudad y estructura de clases, grupos de presión y de poder, entre otras¹⁰. Este aspecto es de suma importancia en el trazado de estrategias y en la selección de los atractivos para el turismo patrimonial en el campo de las autenticidades y las diferencias.

1.5.1 Patrimonio cultural y turismo

En todo el mundo la vigorosa diversificación basada en el reconocimiento de civilizaciones y mosaicos de culturas diferentes ha permitido dar pasos decisivos en la reflexión sobre el desarrollo. En diferentes pueblos se ha venido avivando la conciencia de que sus propios modos de vida constituyen un valor

¹⁰ Para profundizar en el tema consultar la IV Versión de la Obra Científica de la Historia regional de Cienfuegos, en el capítulo relacionado con el período colonial, de la Dra. Lilia Martín Brito, el MSc. David Soler y los Licenciados Orlando García y Juana Irene Reyes, en fase de edición, existente en la Oficina de Historia del PCC Provincial de Cienfuegos concluida en el 2005, en el cual se determinan las zonas históricas y explican de forma amplia la concepción regional del territorio.

en sí, un derecho, una responsabilidad y una oportunidad. Todo esto dio lugar, entre otras cosas, a cuestionar el marco de referencia según el cual un sistema dado de valores tiene el monopolio para dictar normas supuestamente universales y para reclamar la autoridad exclusiva que impone sus propias versiones de la modernidad y del progreso. Culturalmente hay un mundo multipolar.

El papel central de la cultura en los procesos de desarrollo ha ganado en precisión y definición a partir de la reunión de Mondiacult, organizada por la UNESCO (México, 1982) que, entre otras cosas, sentó las bases para el lanzamiento del programa un Decenio Mundial de Cultura y Desarrollo (1987-1997), proclamado por las Naciones Unidas y que implicó a la comunidad internacional en su conjunto. De él emanó la Comisión Mundial sobre Cultura y Desarrollo que, a su vez, asumió el mandato específico de elaborar un informe que de manera fehaciente ratificara dos evidencias conocidas: por un lado, el crecimiento económico por sí solo no equivale a desarrollo; por el otro, a lo largo del tiempo, la capacidad creadora de la humanidad constituye la forma más certera de generar y acumular riqueza.

Esa acumulación de recursos materiales y espirituales representa la plataforma infalible para el progreso, concebido no sólo como la consecución de satisfactores inmediatos, sino como la pervivencia y transmisión de valores éticos que permitan convivir en condiciones de equidad y solidaridad. En ese caso, los bienes materiales son apenas un componente del bienestar individual y social y una parte relevante, pero no exclusiva, del desarrollo. Es así como el desarrollo basado en la cultura va más allá, en contenidos y objetivos, de la noción de crecimiento. La cultura concebida desde la perspectiva de la productividad se convierte en un arma eficaz en el combate a la pobreza, sirve también para acuñar un modelo de calidad de vida basado en los valores éticos y culturales propios, distante de la simplificadora idea de posesión de bienes de consumo.

El Informe de la Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo permite seguir ahondando en un análisis y un trabajo que ayude a superar viejas concepciones, utilizadas durante largos decenios, hasta finales del siglo XX. No se puede hablar de desarrollo ignorando la justicia distributiva, menospreciando la creatividad humana y enalteciendo el imperio de los medios tecnológicos,

perpetuando el predominio de un género sobre otro, coartando la diversidad de formas de expresión, y dejando de soslayo el papel de los niños y los jóvenes en la construcción del futuro. Si se ignora el peso decisivo de la herencia de los pueblos, expresada en el patrimonio cultural, o la relación intrínseca de la cultura con el medio ambiente, se deja de lado el recurso esencial para dar un paso hacia adelante. La voluntad para adoptar medidas adecuadas y actualizadas a fin de superar la visión simplista del desarrollo considerado limitativamente sólo como la acumulación y consumo de bienes materiales, se pone a prueba ejercitando el pensamiento, el debate y la crítica, y se construye con políticas gubernamentales adecuadas y con acciones conscientes y comprometidas desde la sociedad civil. Resultaba evidente que para llegar a la verdad sobre un desarrollo sostenible, había que trascender los conceptos puramente económicos. Se ampliaba así la idea misma del desarrollo al comprender que la economía por sí sola no podía servir de fundamento para un programa en pro de la dignidad y el bienestar de los seres humanos.

Tanto a escala gubernamental como no gubernamental, y particularmente en el medio académico, surgen propuestas para cuantificar el peso que tienen el patrimonio histórico, la creación artística, las industrias culturales, las tradiciones y la innovación artesanal, el patrimonio industrial y también las reservas naturales para hacer prosperar a una nación. Hay por delante un camino de investigación aún muy largo, pero lo cierto es que la reflexión acerca del desarrollo basado en lo cultural parece ir en un sentido más integral y certero.

1.5.2 El desarrollo del turismo dentro del Patrimonio Cultural.

Es reciente el interés en asociar cada vez más los factores culturales a las políticas económicas y a las políticas sociales. Hay que observar, en ese sentido, los hallazgos y conclusiones que se desprenden de estudios sobre el peso de la cultura frente al fenómeno turístico. En efecto, resulta casi impensable hablar de turismo sin hablar del patrimonio cultural creado a lo largo de la historia. El turismo es una de las actividades económicas más importantes de nuestro tiempo y las proyecciones indican que lo será aun más en el futuro y que, en su significado más esencial, se sustenta en la originalidad y diversidad de la oferta cultural, si ello se entiende como la apreciación de las

diferentes formas de vida, en el más amplio sentido de la palabra, que conforman el rico mosaico de civilizaciones y regiones naturales del planeta Tierra.

La relación intrínseca entre cultura y turismo es la principal garantía de que la calidad y la derrama económica podrán ser recíprocas entre comunidad visitante y comunidad anfitriona. El turismo es uno de los principales vehículos de comunicación intercultural y, como tal, no puede ser visto sólo de manera unívoca, a modo de fuente de divisas. De hecho es mucho más que eso, ya que de él depende una cadena de acciones de índole social, cultural y productiva. La simbiosis existente entre el patrimonio cultural y natural y el fenómeno turístico ha dado lugar a una nueva relación entre ambos, con tal fuerza que hasta podríamos hablar de una nueva “industria del patrimonio”.

El patrimonio arqueológico y monumental ha sido una de las primeras áreas culturales a las que se ha reconocido un claro potencial económico. Muestra evidente de ello es que, ya en la década de los setenta, el PNUD y el Banco Mundial, que normalmente no se interesaban por esos asuntos, comenzaron a otorgar financiamiento para la restauración y conservación de edificios y ciudades históricas, y posteriormente también han apoyado el fomento del arte y de proyectos artesanales. Todas estas acciones fueron fácilmente justificables en términos de rentabilidad. En los centros históricos de muchas ciudades la reutilización de varios edificios debidamente adaptados para usos públicos, a menudo para museos, hotelería o vivienda, ha venido demostrando la utilidad patrimonial en términos socioeconómicos, entre otras cosas porque ha permitido la recuperación, reanimación y progreso de comunidades enteras, entre otras cosas por su valor turístico.

Existen argumentos de sobra para afirmar que la preservación del patrimonio es rentable. Claro que esta afirmación no ha de inducir a errores por no saber interpretar hasta dónde llega el uso y disfrute tanto de los bienes patrimoniales tangibles como de los intangibles, sin incurrir en distorsiones de índole mercantil o abuso. El patrimonio no puede ser desvirtuado ni sus valores esenciales puestos en función de fines comerciales, si asumimos que la cultura que recibimos tiene valor pero no tiene precio. No en vano observamos cómo este hecho se ha vuelto objeto de estudio sobre todo para evaluar la contribución fundamental que la riqueza patrimonial derrama en la formación de

la conciencia y los valores nacionales, pero también para atraer corrientes de turistas que quieren conocer esa riqueza en un país.

La convención sobre Protección del Patrimonio Cultural y Natural de la Humanidad marca un hito fundamental en la valoración y promoción de los bienes culturales y tuvo impacto inmediato en gobiernos que comenzaron a percatarse de la necesidad de formular políticas claras sobre las riquezas patrimoniales de las naciones. Implica serias tareas de educación que faciliten a la ciudadanía la cabal comprensión de lo que significa el patrimonio histórico-cultural, que es el que contribuye a perpetuar la memoria, a mantener el hilo de continuidad y de cohesión de los pueblos pertenecientes a una civilización. Es, en suma, con base en el patrimonio que la comunidad puede fundar el orgullo legítimo de su identidad y pertenencia a una cultura común.

Sin embargo, se habla mucho de educar a las poblaciones locales en el aprecio y cuidado de sus riquezas culturales, de sus tradiciones, en la preservación de su memoria histórica, pero se tiene también que hablar de la necesidad de educar al turista/visitante en el respeto de lo que se ofrece para su disfrute.

El turismo, visto desde un enfoque cultural, es un “toma y daca”, un intercambio entre varios actores que tiene consecuencias económicas nada desdeñables, sobre todo en la medida en que alcance la más alta calidad. A todos los actores que en él intervienen les interesa que se dé en condiciones de paz y seguridad. La violencia social y las inequidades son los mayores enemigos para su florecimiento, de ahí que sea de interés de unos y otros basarlo en premisas que garanticen beneficios equitativos para todos los que en él intervienen.

El clima apropiado para el turismo cultural es aquel propiciado por políticas que preserven, normen y promuevan el patrimonio, y que fomenten la creatividad de la gente, que representa el patrimonio vivo máspreciado. Artes, tradiciones, culturas populares, festividades, ritos, costumbres, riqueza gastronómica, disfrute de la naturaleza, constituyen un acervo cuya pervivencia no puede ser dejada a los caprichos del azar. Ese patrimonio, que es un todo, es el que idealmente debería ponerse como destino aquel que evade su cotidianidad para ir al encuentro con lo desconocido, con lo diverso, con lo que, consciente o inconscientemente, le aporte un valor de carácter espiritual aunque, en principio, ése no haya sido el objetivo de su viaje.

Con argumentos de sobra se puede asegurar que es imposible prescindir del sustento cultural para aumentar en calidad y cantidad el turismo, así como para diversificarlo, y hay que apoyarse en él de manera cada vez más amplia y confiada en la medida en que la oferta mejore.(López, 2003). Turismo habrá mientras la diversidad cultural se mantenga y el mundo no devenga en un magma indiferenciado de shoppings y fast food. La cultura es el antídoto contra esa perspectiva y el turismo es el fenómeno facilitador para que los contactos a través de ella se vuelvan más fecundos y más provechosos desde el punto de vista económico. Es pues de gran interés para la nación que quienes intervienen en el turismo y quienes se ocupan del patrimonio cultural se entiendan entre sí lo mejor posible.

Ya sea en el ámbito gubernamental o en el privado, los retos actuales aconsejan encontrar una plataforma común, una verdadera sinergia entre turismo y cultura, una alianza estratégica que responda a los planes de desarrollo de ambas ramas, como elementos de un mismo tronco, porque no cabe duda que ambas se retroalimentan.

1.5.3 Gestión del patrimonio y turismo cultural

Los mutuos beneficios que se derivan de la relación turismo – patrimonio provocan que ambos tengan objetivos económicos comunes. La conservación de los recursos patrimoniales y su proceso de transformación en producto turístico son un incentivo para la revitalización de la identidad cultural a nivel regional, nacional e internacional. El mercado turístico necesita los recursos patrimoniales para el desarrollo de nuevos productos. Dichos productos aumentan el valor de la experiencia turística de forma que le interesen a ambos sectores. Patrimonio y turismo, son altamente compatibles, la interdependencia entre ambas áreas es inevitable.

Esta sinergia produce condicionamientos e influencias recíprocas. El sector turístico supone una fuente de riqueza y de beneficios positivos sobre el entorno económico-social, al favorecer la elevación de nivel de vida de la zona así como facilitar los intercambios y contactos culturales.

Igualmente favorece la conservación del entorno patrimonial, medioambiental y urbanístico al poder contribuir a este objetivo las rentas que genera.

Por otra parte el turismo puede generar efectos no deseados sobre los recursos patrimoniales de carácter patrimonial o socioeconómico.

- Efectos del ciclo de transporte, provocados por la utilización del suelo debido al impacto de sus infraestructuras como los derivados del consumo de combustibles y las emisiones producidas.

- Efectos del ciclo de estancia, que además de la utilización del suelo debido a la construcción de hoteles y restaurantes y otras infraestructuras turísticas se traducen en una presión sobre los recursos patrimoniales, la generación de basuras y los consumos excesivos de locales.

Los efectos negativos que genera el desarrollo de la actividad turística se traducen en el deterioro del patrimonio cultural, el riesgo de generación de efectos no deseables sobre las identidades locales y el desarrollo sociocultural, la pérdida de calidad de vida, una excesiva dependencia del turismo y, por tanto, un aumento de la fragilidad de la estructura económica local ante la crisis del sector.

La sobrecarga de la capacidad turística pone de manifiesto la necesidad de controlar los flujos de visitantes con el objetivo de evitar la degradación de las propias fuentes generadoras de la actividad turística cultural y alcanzar, de este modo, un desarrollo sostenible del turismo cultural evitando el cumplimiento en su totalidad de la teoría del ciclo vital.

Para la búsqueda de la optimización, en calve de sostenibilidad, de la gestión el patrimonio turístico se hace necesaria la observación de las siguientes pautas de actuación:

- ✓ Accesibilidad: Fijación de los límites de capacidad de carga de los recursos turísticos, canalizando de manera adecuada el flujo de visitantes y realizando una adecuada gestión de los horarios y de las condiciones de accesibilidad al patrimonio.
- ✓ Investigación: Potenciar las investigaciones y estudios de forma que suministren datos e indicadores fiables sobre el flujo de visitantes y la capacidad de carga de los recursos turísticos.
- ✓ Formación: Mejorar y especializar la formación de los recursos humanos para adaptarse a las necesidades de las distintas demandas de turismo cultural y favorecer la formación de gestores de museos, monumentos, etc. También es necesario dar formación a la población local residente

sobre su patrimonio, de forma que sean más respetuosos con el mismo y con el medio ambiente, así como dar información sobre las culturas y países de procedencia de los visitantes.

- ✓ Promoción y comercialización: Orientadas a diversificar la oferta mediante la creación de nuevos productos de modo que se distribuyan mejor los flujos turísticos entre los distintos recursos y a lo largo del año, y de este modo permitir una mayor rentabilización de las infraestructuras existentes. Además, es necesario orientar la promoción hacia la educación cultural de la demanda.
- ✓ Interpretación: Sobre los recursos patrimoniales, atendiendo a la autenticidad y la identidad local, lo que exige una continua actualización de la información en los distintos formatos de presentación.
- ✓ Presentación: Reconocimiento de la dialéctica de los grupos turísticos, ya que cada uno de ellos (excursionistas, hombres de negocios, etc.) tiene unas necesidades y motivaciones diferentes en la contemplación de los recursos patrimoniales. Es necesario realizar una delimitación del patrimonio de modo que se creen unas infraestructuras y un diseño urbano que permita mejorar la calidad de vida de los residentes y faciliten el desarrollo de la actividad turística.
- ✓ Financiación: Establecimiento de una tasa de retorno en la comercialización del patrimonio, es decir, detraer de las rentas turísticas recursos que se destinen a la conservación y mejora del patrimonio y ofrecer incentivos para la realización de inversiones orientadas hacia la mejora del medio ambiente y la preservación del patrimonio.
- ✓ Coordinación: Dada la complejidad competencial es necesaria la coordinación y cooperación entre las Administraciones Públicas y el sector privado. (López Nieves, 2003)

Dichas pautas de actuación deben aplicarse mediante la sustitución del enfoque exclusivo de "conservación y vigilancia" por el de "revaloración turística", al tiempo que deben estar encaminadas a la búsqueda de la calidad. La aplicación de la tecnología resulta fundamental para el logro de dichos objetivos así como para un adecuado desarrollo de cada una de las pautas de actuación anteriormente citadas.

No obstante, lo fundamental es que todos los agentes implicados, ya sean los residentes, visitantes de la zona, la Administración, eviten que los denominados límites de cambio aceptable sean superados.

1.6 Producto turístico.

Cuando un turista compra un "producto turístico" compra un producto que está sustentado en lo que hemos denominado la "oferta turística" de un país (región) (Faulkner, 1997) y esta oferta se fundamenta en el "patrimonio turístico" de un país (región) (Boulón, 1990). Pero el producto no solo tiene características o atributos atendiendo a su fabricación industrial, pues al satisfacer una necesidad humana el producto tiene atributos de orden psicológico y sociológico. Entonces al diseñar el producto, no se puede hacer una definición objetiva del mismo sino que hay que hacerlo pensando en el turista, utilizando su visión.

El concepto de "producto turístico" es fundamental para la gestión en todos los sectores e instituciones que van a formar parte del "sistema turístico" (Smith, 1994), y según, Nybert, 1995, tiene una importante implicación para el marketing de las empresas del sector en general, y las oficinas nacionales y regionales de turismo.

Pero además, es de gran relevancia para la planificación y desarrollo de los aspectos sociales de los lugares, a los que llegan los turistas (Pearce, 2000) y para la "factibilidad" de los estudios que se realicen (Spotts, 1997).

Si se tiene en cuenta el marketing, según Kotler (1992:5), el producto es definido, como "todo aquello susceptible de ser ofrecido para satisfacer una necesidad o un deseo". Las decisiones sobre producto en cualquier industria, no sólo en turismo, es un punto central en toda actividad de marketing, alrededor de las cuales los demás componentes del marketing-mix son organizados (precio, promoción, distribución).

De hecho, la estrategia de marketing con respecto a los productos turístico, a medio y largo plazo, centran su interés en el posicionamiento del producto, desarrollo y mejora del mismo, a partir de identificar las necesidades y deseos del público objetivo (Dann, 2000).

En última instancia el producto es todo aquello que contribuye a la satisfacción de los clientes o consumidores; por tanto, lo que se vende son satisfacciones

que esperan obtenerse mediante el consumo de ese producto, cuya utilidad depende de su capacidad para satisfacer una necesidad.

Luego, uno de los objetivos principales del "sistema turístico" debe ser la creación de mercados y proveer satisfacciones a partir del producto afirmación que fundamentan Baker y Crompton, 2000. Siendo el término "producto genérico" referido a la utilidad conceptual producida por una industria determinada y en el caso del turismo, la función del "producto genérico" es la facilitación del viaje y toda la actividad que desarrollan los individuos lejos de su entorno habitual.

Por tanto, vista la necesidad, importancia e implicaciones que conlleva establecer una definición válida de lo que llamamos "producto turístico" tratamos este aspecto a continuación.

1.6.1 Definición de producto turístico.

El "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.

En cuanto a esto Medlik y Middleton (1973:78) afirman que:"en lo que concierne al turismo, el turista puede optar entre una amplísima gama de productos desde el momento en que sale de su domicilio hasta que regresa. Así, pues, el "producto turístico" puede considerarse como una amalgama de atracciones, de variopintas ofertas de destino y de accesibilidad a los distintos lugares. En otras palabras, el producto no es sólo un asiento en un avión o una

habitación en un hotel, o el descanso en una playa, sino la amalgama de numerosísimos componentes intangibles de un paquete tangible".

Por tanto, el "producto turístico" ha de ofrecer al consumidor un conjunto de utilidades funcionales y psicológicas, siendo las primeras las que satisfacen las necesidades básicas, y las segundas, las relacionadas con el valor simbólico concedido por el turista al lugar o actividad elegida, y al valor social frente a grupos de referencia (Middleton, 1995).

En resumen si se tiene en cuenta todo lo anterior (oferta turística), el producto turístico sería el conjunto de combinaciones e interacción sinérgica de múltiples prestaciones, tangibles e intangibles, que se ofrecen a un consumidor llamado turista durante toda su experiencia y hacia un espacio (destino) deseado, con el objetivo de satisfacer sus necesidades y deseos (Pons, 2000).

Establecido el marco conceptual del "producto turístico", creemos oportuno, referirnos a sus características más importantes y diferenciadoras, de forma tal que podamos profundizar en su conocimiento.

En lo que concierne al turismo, el turista puede optar entre una amplísima gama de productos desde el momento en que sale de su domicilio hasta que regresa. Así, pues, el "producto turístico" puede considerarse como una amalgama de atracciones, de variopintas ofertas de destino y de accesibilidad a los distintos lugares. En otras palabras, el producto no es sólo un asiento en un avión o una habitación en un hotel, o el descanso en una playa, sino la amalgama de numerosísimos componentes intangibles de un paquete tangible".

Es el conjunto de elementos tangibles e intangibles, caracterizados en una actividad específica, en un determinado destino. El turista compra la combinación de actividades. Paquete turístico que incluye atractivos componentes:

- ✓ Atractivos: son los elementos que hacen que el turista escoja ese destino y no otro. Constituyen la materia prima en la cual el núcleo se organiza.
- ✓ Facilidades: son un complemento del producto turístico. No generan flujo turístico pero la falta de estas puede impedir la presencia de los turistas.
- ✓ Accesos: son indispensables para que el turista llegue a destino ya que estos son los medios para que esto sea posible.

- ✓ Herencia cultural de un pueblo: es algo muy importante siempre y cuando la expectativa del turista sea conocer culturas, lugares, eventos sociales, estilos de vida autóctonos, etc.

Es una importante motivación para los turistas.

Los componentes de un producto turístico deben estar desarrollados a fin de atraer a los turistas de mercado potenciales específicos y crear una imagen positiva del destino.

Demanda: Comprender las necesidades de los consumidores, y la identificación de los grupos homogéneos de un producto turístico.

Oferta: evaluar los componentes del producto turístico e identificar al conjunto de elementos que sean ofrecidos a la clientela de un destino.

Singularidades del producto turístico.

Bien de consumo abstracto: inmaterial e intangible. Los consumidores no pueden verlos antes de consumirlos. No se pueden comparar con otros productos antes de su consumo.

Coincidencia espacial y temporal de la venta y de las prestaciones de servicio turístico para su consumo: antes del consumo no hay nada ya que los servicios son consumidos en el momento de su utilización. El servicio turístico puede ser evaluado después de su utilización.

- ✓ Imposibilidad de Stock: el producto turístico es de consumo inmediato, imposible almacenamiento, los componentes de un producto turístico que no pueden ser vendidos en un día, jamás serán recuperados.
- ✓ Necesidad de la clientela en el lugar de la prestación: es preciso que el turista se traslade al destino, esto lo diferencia de los bienes industrializados, la manera de consumirlos.
- ✓ Son prestados en forma irregular: Complementariedad de los componentes: se relacionan y se tornan independientes. La falta de uno o muchos de los componentes puede influir negativamente e imposibilitar la presencia del turista.
- ✓ Concentración de las actividades turísticas en espacio y tiempo: a esto se lo denomina estacionalidad, el turismo se concentra en determinadas regiones en periodos de tiempo determinado relativamente cortos.
- ✓ Inestabilidad de la demanda: hace que se torne difícil prever y proveer con exactitud los productos turísticos.

- ✓ Demanda heterogénea: la demanda presenta heterogeneidad en un determinado país (a veces)
- ✓ Es estático: es imposible mudar la localización de un atractivo turístico.

1.6.2 Características del producto turístico.

Cuando un cliente adquiere un producto busca en realidad el servicio que proporciona la posesión de ese producto, y a su vez, cualquier proceso de entrega del servicio necesita apoyarse en algunos productos para tangibilizar dicho servicio. Por lo que producto y servicios están complementados.

Particularizando en las características del producto en cuestión, en el "mix de producto turístico", los elementos intangibles (relajación, imagen) dominan sobre los elementos tangibles (construcciones, comida, regalos), siendo necesario un esfuerzo de tangibilización del servicio (Kotler et al., 1997)

La doctrina sobre marketing de servicios es relativamente unánime al reconocer cuatro características básicas que se pueden atribuir a los servicios de forma genérica (Eiglier y Langeard, 1989):

- a) intangibilidad,
- b) inseparabilidad,
- c) heterogeneidad y
- d) caducidad.

Pero existen otras tres características, además de las anteriores, que se pueden asociar a los "productos turísticos" de forma particular, y que han sido reconocidas por diferentes investigadores (Middleton, 1988; Holloway y Robinson, 1995; Ascanio, 1991; Acerenza, 1990):

- e) agregabilidad,
- f) estacionalidad y
- g) mayor subjetividad

Para detectar la percepción de las características de las empresas, productos, marcas, lugares, entre otras se debe realizar el estudio de su imagen (Murphy et al., 2000); no obstante en concreto, a partir de la conceptualización realizada, los estudios de imagen deben perseguir:

Las características o atributos que definen la imagen y que son importantes para los consumidores, tanto de forma positiva, como negativa se deben conocer. (Las características pueden ser tangibles, simbólicas y sociales).

Evaluar la notoriedad espontánea o asistida de productos, marcas o entidades, lugares, es decir, se debe evaluar, medir el grado de conocimiento en sí mismos, y respecto a los demás (atributos definidos).

Encontrar características que diferencien, en las imágenes percibidas de los atributos relevantes la posición relativa de la empresa, marca o producto.

Determinar cuál es la mejor posición para el producto o marca; los estudios de imagen deben desarrollarse en términos relativos, no en términos absolutos pues los consumidores pueden valorar muy positivamente un atributo, pero ese juicio no implica necesariamente una ventaja competitiva, pues también pueden poseerlo los competidores.

No obstante, de forma periódica, habrá que comprobar si las diferencias encontradas se mantienen.

El análisis del producto (o marca) requiere que en diferentes momentos o fases del ciclo de vida (del producto) se efectúen comprobaciones de cómo es percibido, y se intente, en ocasiones, cambiar la política de imagen del mismo para favorecer las ventas del mismo (Murphy et al., 2000; Pearce, 2000). Debido a causas como la antigüedad del producto, cambios en los gustos de los consumidores, o la aparición de competidores, se pueden encontrar dificultades con el producto en sí, por lo que un análisis del mismo facilita la implantación de estrategias comerciales en general.

Además es importante conocer cómo se representa un producto en la mente de los consumidores por lo que es imprescindible diseñar una estrategia de posicionamiento del producto. El tema del posicionamiento ha tomado un relevante papel dentro de las nuevas estrategias de marketing, pese a su ambigüedad conceptual, que le lleva a ser confundido con el término de imagen percibida. Por ello, es necesario definir y desarrollar el concepto de posicionamiento, como algo distinto de la imagen, y delimitarlo convenientemente.

1.6.3 Posicionamiento de un producto turístico.

Para un producto turístico, de acuerdo con las características del sector y con las particularidades inherentes a su imagen, el concepto de posicionamiento se amplía hasta incluir no solamente el "producto turístico" en sí mismo, sino también "las políticas y prácticas" a través de las cuales se presta (la estrategia

operativa); el "sistema turístico" en que se presta, el destino que lo presta y el "perceptor" (o cliente), que juega un papel importante en la prestación de los servicios turísticos (Ver figura 2).

Es por ello que la estrategia de posicionamiento es un elemento clave en la gestión de marcas turísticas (Pearce, 2000); sin estrategia de posicionamiento no existe posibilidad de una correcta definición de la política de gestión e imagen de marca en el turismo. Pero además, el posicionamiento hace referencia a la imagen percibida, que no tiene que corresponderse necesariamente con las características reales del producto turístico englobado bajo la marca, sino que reflejará la utilidad o beneficios percibidos.

La estrategia de posicionamiento define la opción básica de marketing en un mercado turístico determinado atendiendo a:

- la posibilidad de obtención de un adecuado posicionamiento de la marca turística (producto) que puede ser a su vez un criterio que determine la selección del segmento objetivo;
- el posicionamiento del "producto turístico" ayuda a los destinos turísticos a lograr una ventaja competitiva sostenible (Kotler et al., 1997).

Se puede definir pues el posicionamiento del producto, como el lugar que ocupa el producto turístico en la mente del consumidor atendiendo a un número de atributos fundamentales, los cuales pueden ser tangibles o intangibles (Kotler et al., 1997). El posicionamiento del producto turístico estará afectado no sólo por la acción iniciada por la empresa a que pertenece en particular, sino también por las acciones o actividades realizadas por sus competidores (Pearce, 2000).

Siguiendo la teoría de Heath y Wall (1992), la estrategia de posicionamiento de un producto debe ser desarrollada tomando en cuenta otras entidades que oferten un producto turístico similar al mismo mercado. Es decir, es el "arte" del desarrollo y comunicación de diferencias significativas entre el producto turístico ofertado, y aquellos productos competidores que sirven al mismo mercado (Kotler et al., 1997).

De hecho, una marca engloba una amplia variedad de servicios turísticos que determinan lo que el visitante considera como producto turístico (Kotler et al., 1997), en ocasiones suele suceder que un servicio determinado sea por si solo un producto turístico. La calidad del producto turístico en sí, condicionan la

selección del destino, por lo que de este depende que el turista se desplace hacia dicho destino y haga una estancia prolongada en él. Por consiguiente se profundizará en los aspectos relacionados con destino turístico.

Becerra y Rodríguez (200) definen estos recursos turísticos en las categorías de:

- ✓ Recursos hídromos: Son todos los elementos de atracción relacionados con el agua en su estado natural o modificado por el hombre; (mar, playas, ríos, puertos deportivos, lagos, embalses), termalismo y balnearios. (Se realiza una variada gama de ofertas como baños, -agua y sol-, reposo y navegación).
- ✓ Recursos fítomo: Elementos terrestres naturales o modificados por el hombre a excepción de los recursos turísticos pertenecientes al grupo de hídromos: relieve, clima, flora y fauna, paisaje, accidentes naturales especiales. (Se desarrollan paseos, caza, fotografía, escalada y contemplación).
- ✓ Recursos fítomo – lítomos: Aquellos elementos contruidos por el hombre y que tengan un interés destacado ya sea por su propia naturaleza o por el uso que han sido destinados: restos arqueológicos, arquitectura antigua, monumentos históricos, conjunto histórico monumental, arquitectura e ingeniería actual, museos, urbanismo. (Estimula los paseos, visitas, cursos).
- ✓ Recursos de tipo antrópomo: Formados por el conjunto de actividades realizadas por el hombre (idiosincrasia), independientemente de su soporte y que constituyen motivos de atracción por parte de la demanda. Estructura socioeconómica, características sociológicas, artesanía, folklore, gastronomía, actividades culturales, espectáculos y fiestas pintorescas. (Promueve contactos interpersonales, el turismo cultural, las diversiones, los congresos, entre otros).

El establecimiento por el Ministerio de Turismo en 1999 de las 8 regiones priorizadas para el desarrollo de la actividad turística, determina que Cienfuegos se integre como subregión de la Región Costa Sur Central y en ese mismo año se elabora en el territorio un plan para el desarrollo turístico sobre la base de sus potencialidades y su ubicación geográfica. (Ayala, 2002).

Se emprendió también un fuerte proceso inversionista orientado básicamente a la remodelación de la plante hotelera y al crecimiento y mejora de la red extrahotelera, ya que la región tiene una fuerte potencialidad para el desarrollo turístico. No obstante, Cienfuegos se ha mantenido en la red de ventas internacionales como un destino de tránsito dentro del producto de Cuba, utilizado mayoritariamente como vía de accesos hacia Trinidad. El mayor volumen de turistas físicos que recibe Cienfuegos viene dado por los programas de recorrido, lo que explica que no existe un máximo aprovechamiento de las capacidades existentes, demostrando que la comercialización resulta insuficiente. (Becerra y Rodríguez, 20008).

Su diseño como producto turístico fue definido sobre la base de una trilogía conformada por la ciudad, la bahía y la naturaleza.

II: Caracterización del producto turístico Cienfuegos y sus potencialidades para el desarrollo del turismo patrimonial.

La ubicación privilegiada de Cuba en el Caribe le otorgó una connotación especial a partir del siglo XVI, época del descubrimiento: está limitada al norte por el Estrecho de la Florida y Las Bahamas; al sur por el mar Caribe, al este por las islas de las Antillas Mayores y Menores y al oeste por el Golfo de México. La capital sirvió de punto obligado de la Flota comercial española y se consideró como una de las Llaves fundamentales del Caribe hispano durante casi cuatro siglos.

Sus monumentos arquitectónicos y sitios naturales e históricos la hacen acreedora de un notable legado cultural: los recursos naturales y socioeconómicos determinaron la riqueza de su patrimonio tangible, y sus manifestaciones artísticas y tradiciones locales y regionales elevaron su patrimonio intangible.

La Carta de Atenas, firmada en 1931, la Carta de Venecia en 1964, las conferencias generales de la UNESCO sobre la protección en el ámbito nacional del patrimonio cultural y natural, en 1972 y la relativa a la salvaguardia de los conjuntos históricos y su función en la vida contemporánea, esta última celebrada en Nairobi en 1976, y el Coloquio de Quito en 1977, fueron documentos y cartas internacionales que alcanzaron su plena consolidación en la década de los 70.

Cuba, a pesar de estar sujeta a la crisis económica mundial y contar con pocos recursos en ese período, no se quedó a la zaga en llevar una política educativa, cultural y de protección de su patrimonio y asimiló las normas, principios y recomendaciones de estos documentos internacionales que han sido los más avanzados en materia de preservación y restauración del siglo XX.

Así lo demostró la nueva Constitución de la República de Cuba en 1976, cuando se pronunció hacia la conservación y la protección de los bienes patrimoniales, para favorecer su recuperación e integración a la cultura y reafirmar su identidad nacional.

Esta voluntad política a escala nacional, regional y local, permitieron que, a partir de 1977, es decir, al año siguiente, se establecieran leyes sobre la

protección al Patrimonio Cultural, los Monumentos Nacionales y Locales y se creara la Comisión Nacional de Monumentos con representación en las provincias. Se iniciaron las investigaciones del centro histórico de La Habana Vieja, insertado en el Plan Director de la Ciudad, dando testimonio de, que para la revitalización de estos centros, se exigía un planeamiento integrado en los planes directores de desarrollo urbano y territorial.

Las restauraciones que habían tenido hasta entonces un tratamiento puntual, a partir de la década de los 80, se enriquecieron y se ampliaron con la inserción de los conjuntos urbanos cuya conservación debía de estar en beneficio y utilidad de la sociedad.

Este nuevo concepto abrió un estudio de las potencialidades de los centros históricos urbanos del país, abandonados hasta esta fecha, y se crearon las bases para emprender labores de consolidación, restauración y rehabilitación y se pusieron al servicio organismos, instituciones y direcciones como instrumentos metodológicos.

Entre estos se creó el Centro Nacional de Conservación, Restauración y Museología (CENCREM), proyecto del PNUD-UNESCO y el Ministerio de Cultura de Cuba, en 1982. Esta institución rectora estaba facultada, en todo el país, de establecer criterios y regulaciones, proyectar, asesorar obras complejas, propiciar la formación profesional de especialistas, de técnicos y obreros calificados, incentivar las investigaciones históricas, apoyar el inventario, formar especialistas en labores docentes y de restauración, promover la cooperación internacional y concientizar a la población.

En el centro histórico de la Habana Vieja se priorizaron las obras sociales y las acciones de consolidación, y se realizaron los lineamientos y planes quinquenales por las Direcciones de Planificación Física y de Arquitectura, el CENCREM y la Oficina del Historiador.

En el resto de las provincias, el trabajo fue asumido por las Direcciones provinciales y municipales de Cultura, de Monumentos, los Equipos técnicos de restauración, con el respaldo de los gobiernos locales y del partido.

Las intervenciones se ejecutaron fundamentalmente en edificios y centros históricos de las ciudades más antiguas, por su alto valor histórico-monumental, y la caracterización de su imagen urbana, diferentes por factores históricos, geográficos y económicos

2.1 Caracterización de Cienfuegos para el diseño de productos turísticos en la zona,

Enmarcamiento regional

Cienfuegos, una de las provincias centrales del país, se encuentra estructurada en 8 municipios, y es la Ciudad de Cienfuegos una de sus cabeceras municipales y a la vez su cabecera provincial, la cual de acuerdo con los resultados oficiales del censo del 2002 alcanza una población que asciende a 140 734 habitantes que representan el 86% del municipio y el 36% de la provincia.

El papel protagónico lo continúa desempeñando la ciudad cabecera determinado por su localización geográfica, accesibilidad, categoría político administrativa, oferta de empleos diversificados, bienes y servicios diferenciados respecto al total de la población provincial; siendo estos los factores que han estimulado su crecimiento poblacional y han mantenido una estructura monocéntrica del Sistema de Asentamientos Humanos de la Provincia de Cienfuegos. El menor desarrollo del resto de las cabeceras municipales y la estructuración del Sistema de Asentamientos sin subcentros de interés poblacional ni económico, acentúa su dependencia socioeconómica de la ciudad y del municipio cabecera hacia donde se mantiene aún la primacía de los movimientos pendulares, que han determinado tendencias de crecimiento a través de los principales corredores viales que conectan la ciudad con estos territorios.

De los 268 asentamientos de la provincia, 32 se encuentran localizados en el municipio Cienfuegos, de los cuales 28 son rurales y 4 urbanos entre los que se cuenta la ciudad de Cienfuegos. Existe en el municipio además una población dispersa de 2102 habitantes; siendo el más densamente poblado de la provincia.

Desde el punto de vista demográfico la provincia refleja una estructura por edades con un franco proceso de envejecimiento. Se ha reducido el peso en la estructura por edades de los niños y jóvenes, así como han aumentado los efectivos que han arribado a las edades que conforman la población de la tercera edad o envejecida.

Una visión territorial revela una dinámica demográfica creciente con un ritmo de crecimiento cada vez más lento. Se constata un reforzamiento poblacional en

todas las cabeceras municipales a partir de un fuerte proceso de concentración y urbanización de la población. Adicionalmente, se ha venido profundizando una diferenciación territorial en el comportamiento demográfico.

Cienfuegos y especialmente la ciudad, son los espacios de mayor dinámica demográfica; caracterizada por altas tasas medias anuales con valores de 10 habitantes por mil. En la medida que ha disminuido y homogenizado el crecimiento natural se ha comprobado una influencia determinante en las migraciones internas. Cienfuegos es un municipio con predominio inmigratorio, resultado de tasas de saldo superiores a 10 habitantes por mil. Sin embargo, el resto de los municipios reflejan tasas negativas indicando pérdidas de población finalmente como saldo.

Como consecuencia del periodo especial a partir de la década del 90 en el pasado siglo hubo un marcado deterioro en los índices que miden el nivel de utilización de los recursos laborales disponibles. Sin embargo ya hoy existen evidencias de recuperación ya que se ha venido produciendo un crecimiento gradual y sostenido de la ocupación existiendo un aumento de la población en edad laboral., encontrándose Cienfuegos entre uno de los territorios de mayor ocupación en la provincia.

En cuanto al aspecto económico es necesario resaltar el creciente proceso de terciarización de la economía que ya hoy caracteriza a la provincia y al cual no escapa la ciudad de Cienfuegos que tiene el 70,61% de los empleos vinculados a los servicios y el municipio Cienfuegos que es el de mayor por ciento de ocupados dentro este sector. Son importantes en este sentido los convenios internacionales de colaboración que se encuentran en proceso e involucran a grandes instalaciones localizadas en la ciudad, así como las perspectivas de ejecución de nuevas inversiones industriales, y las políticas con relación al puerto cienfueguero dirigidas hacia su conversión en centro receptor de cargas en el área del Caribe y Suramérica determinadas por su estratégica posición en esta zona; lo que contribuye a continuar fortaleciendo la posición de la ciudad en el marco provincial.

Aunque sin alcanzar los niveles deseados la actividad turística en el territorio y particularmente en la ciudad ha ido cobrando una gradual importancia en función de lo cual se desarrollan estrategias encaminadas a lograr una posición importante a nivel nacional e internacional aprovechando las potencialidades

naturales y paisajísticas de su bahía, que unidas a los valores urbanísticos – arquitectónicos e históricos – culturales y recursos localizados en su entorno, convierten a Cienfuegos y específicamente a la ciudad en un polo atractivo para el turismo en la Sub – Región Cienfuegos que agrupa aquellas zonas de la provincia cuyas características físico geográficas presentan mejores condiciones para el desarrollo de esta actividad incluyendo parte del litoral de la bahía, la ciudad de Cienfuegos, la faja costera que comprende desde Punta Milpa hasta la desembocadura del Río Cabagán y La Sierra de Trinidad, todas ellas vinculadas y articuladas por los recursos naturales y la infraestructura técnica existente. Esta sub - región se halla integrada por cinco polos: El Polo Ciego Montero (de Turismo de Salud) ubicado en el Municipio Palmira, el Polo Montaña ubicado en el municipio Cumanayagua, el Polo Playa Inglés localizado al sureste de la provincia en el municipio Cumanayagua, el Polo Rancho Luna - Pasacaballo enmarcado desde la desembocadura del Río Arimao hasta Punta Milpa contando como principal atractivo con la playa Rancho Luna y el Polo Ciudad Cienfuegos.

En este sentido la ciudad se ve favorecida a partir de la declaratoria de 70 ha de su Centro Histórico como Patrimonio Cultural de la Humanidad lo que contribuirá sin dudas al incremento de su actividad turística y la continuidad del fortalecimiento de su sistema de servicios reafirmando su condición de mayor centro de atracción de la población de la provincia en su búsqueda de instalaciones más especializadas y variadas; debiendo señalarse que población procedente de municipios cercanos de otras provincias accede también a Cienfuegos en busca de sol y playa por contar con la playa Rancho Luna, una de las mejores de la costa sur en su región central, situada sólo a 15 kilómetros de la ciudad.

El municipio Cienfuegos se ve favorecido con un crecimiento total de la producción mercantil del 2000 al 2006 en un 81.5%. La estructura económica muestra que el sector industrial es el de mayor peso con una participación del 47% en el total de la producción mercantil en el año 2006, continuando la construcción con el 23% y el comercio con el 17% que crece con el despegue del sector terciario.

El indicador de producción mercantil/hab asciende de 2,2 a 3.2 MP/hab. El indicador de trabajadores industriales/1000 habitantes de la provincia decrece

de 84 baja a 59, con un predominio casi total en el Municipio de Cienfuegos de los empleos en la industria ya que en él se encuentran localizadas el 92% de las Empresas Industriales con tendencia general a disminuir el indicador dado por el auge de la terciarización, a partir de la decisión del país de desarrollar la infraestructura subutilizada en la creación de nuevas Empresas de Servicios; desarrollando los Servicios e I + D, en la búsqueda de mayor valor agregado.

Con relación a los ingresos y los gastos, lo que también tiene que ver con el nivel de vida de la población, los territorios más favorecidos son Cienfuegos, Rodas, Aguada y Abreus; los menos favorecidos Lajas y Cruces ya que generan pocos ingresos.

Los fondos exportables aún son poco significativos en la provincia, no obstante han crecido en presencia de artículos, aspecto que es esencial para el desarrollo.

Aún con estas dificultades la circulación mercantil minorista por habitante crece de 1.2 a 1.48 MP/hab al igual que la alimentación pública de 0.35 a 1.48 MP /hab., aunque es necesario considerar el alza de los precios de algunos productos.

El turismo, considerado dinamizador de la economía, en la situación actual en Cienfuegos, es todavía poco significativo, con un ingreso de 43 millones de pesos; siendo mayor al que aportan los fondos exportables. Cuenta con una capacidad de 773 habitaciones y un índice de ocupación internacional del 39.7%, tendencia que debe ser revertida en un escenario favorable.

Otro elemento dinamizador de la economía es el proceso inversionista el cual se encuentra totalmente deprimido con una reducción de 8 veces la media de los últimos 20 años. Otro aspecto a considerar en el último quinquenio es un cambio de política inversionista con mayor peso en las Obras de la Batalla de Ideas y las priorizadas y ya se observa en el 2006 un incremento de la inversión bruta relacionado con la distribución, pues los principales organismos inversores lo realizan en más de un 90.5 % en el Municipio de Cienfuegos, encontrándose en una situación más difícil el resto de los Municipios. Este tema es de trascendental importancia; por lo que es necesario explotar al máximo las posibilidades que brinda en el país el carácter priorizado del Desarrollo Local; aprovechando los recursos endógenos.

Desde el punto de vista de las infraestructuras el Municipio Cienfuegos y la ciudad se encuentran bien articulados con el resto de los territorios de la provincia y del país a través de la red vial que permite sus relaciones internas y externas. Estas vinculaciones se realizan mediante las vías Circuito Sur y Autopista Nacional que atraviesan el territorio. También mediante el ferrocarril nacional por los ramales Sur, Cienfuegos – Esperanza - Santa Clara y Cruces – Santo Domingo que lo unen al ferrocarril Central. Como resultado de la falta de mantenimiento y las limitaciones de recursos estas infraestructuras en general presentan un estado de regular a malo. El transporte ha contado con un nivel de reducción tendencial con considerable afectación intermunicipal y urbana con sólo 0.3 viajes diarios de ómnibus urbanos/1000 habitantes mantenido únicamente a la capital provincial, encontrándose muy deprimido. Formando parte de la infraestructura de transporte se encuentran el aeropuerto y el puerto de la ciudad. El aeropuerto está situado al este de la misma y dentro del límite urbano, con fácil acceso desde las vías principales que permiten las relaciones tanto con la propia ciudad como fuera de ella, encontrándose en estos momentos subutilizado en cuanto a su capacidad. En el puerto existen 15 atraques estructurados en dos zonas. Entre ellos se cuentan el de turismo de cruceros y el de pasajeros que vincula la ciudad con el poblado del Castillo de Jagua. En cuanto a la actividad portuaria – comercial en estos momentos el puerto cienfueguero asimila el mayor volumen de cargas a granel del país. El ferrocarril que facilita esta actividad presenta un estado regular y admite incrementos con limitaciones, siendo su problema principal la carencia de un centro de carga y descarga con condiciones mínimas. Estas infraestructuras constituyen una ventaja de la ciudad ya que permiten la accesibilidad terrestre, marítima y aérea resultando muy favorables para los vínculos con importantes recursos turísticos de la provincia y el resto del país. A la vez se halla integrada al sistema de redes hidrotécnicas, eléctricas, y de comunicaciones que facilitan vinculaciones y funciones tanto de tipo territorial como nacional. El abasto de agua a la ciudad es totalmente por bombeo y está conformado por un sistema regional. La ciudad cuenta con 5 fuentes de abasto y hasta ella llega el 66% de lo bombeado. Todas las fuentes de abasto de agua se ubican fuera del municipio de Cienfuegos e integran el Complejo Paso Bonito Cruces, sirviendo también a la mitad de la ciudad de Santa Clara. El agua suministrada llega a la

ciudad de Cienfuegos a través de 83.9 Km. de conductoras las cuales se encuentran en regular estado y satisfacen las necesidades actuales.

En cuanto a la red eléctrica las acciones desarrolladas como parte de la Revolución Energética han introducido mejoras basadas en la rehabilitación de redes y ejecución de grupos electrógenos que han beneficiado a todos los territorios de la provincia, aún cuando continúan existiendo graves problemas de voltaje que ponen en riesgo los equipos electrodomésticos y causan molestias a la población. En las comunicaciones la provincia de Cienfuegos se encuentra entre las más favorecidas del país, a pesar de que particularmente en la ciudad subsisten zonas deficientemente servidas en cuanto a telefonía residencial y pública.

2.1.2 Presentación de la ciudad

Reseña histórica de su fundación.

Antes de que los españoles arribaran por primera vez a nuestras costas, el territorio de Cienfuegos constituía el Cacicazgo de Jagua, que fue sin lugar a dudas uno de los más importantes asentamientos aborígenes del país, del que han llegado hasta nuestros días maravillosas leyendas que se atesoran en la historia de la localidad.

La bahía, llamada desde entonces “Gran Puerto de Las Américas”, era centro de contrabando de corsarios y piratas como única forma de comercialización de los productos de la región, y el Gobierno Español, dadas sus favorables condiciones naturales y estratégica posición decide colonizar la zona en pro de las indudables ventajas económicas que esto reportaría.

Es así como el 22 de Abril de 1819 una comitiva encabezada por Don Luis D'Clouet y formada por colonos franceses funda la colonia “Fernandina de Jagua”, iniciándose un período de auge de la economía regional basado en la producción azucarera y en la utilización de su bahía como punto de entrada a las mercancías que se consumían en la región central de la Isla, a lo que luego se unió el desarrollo del ferrocarril que atraía hacia ella toda la riqueza de la zona.

Este pronto desarrollo económico trajo consigo un acelerado desarrollo arquitectónico y urbanístico, permitiendo que diez años después le fuera otorgado el título de villa, momento a partir del cual comenzó a llamarse

Cienfuegos en homenaje al gobernador de la Isla en aquella época: Don Juan Cienfuegos; y no es hasta 1881 que se le reconoce como Ciudad llegando a convertirse en una de las más importantes del país a fines del siglo XIX.

Caracterización.

La Ciudad de Cienfuegos celebrará este año (2007) su 188 aniversario. Su población de acuerdo con los resultados oficiales del censo del 2002 asciende a 140734 habitantes y su límite urbano abarca un área total de 48 km² en la que están localizadas 43619 viviendas para un índice habitacional promedio de 3,2 hab / viv.

Posee una estratégica posición al centro sur del país en estrecho vínculo con el Caribe. Es Cienfuegos una Ciudad Costera desarrollada junto a la Bahía de Jagua, también llamada Bahía de Cienfuegos (su accidente geográfico de mayor relevancia), que constituye uno de sus principales elementos distintivos. Está caracterizada por un agradable ambiente marítimo con magníficas visuales hacia el mar y gran arraigo de las actividades náuticas que forman parte de sus tradiciones. Es conocida como “La Perla del Sur y La Linda Ciudad del Mar”.

Desde el trazado rectilíneo de sus primeras 25 manzanas, hasta la continuidad de este parámetro en su desarrollo urbano, se percibe en Cienfuegos un marcado interés por acoger los postulados inherentes al Neoclásico imperante, aunque de forma tardía en el siglo XIX cubano, que junto al Eclecticismo en el siglo XX confluyen en un todo armónico, estilística y constructivamente, gracias al uso de las formas clásicas llevadas a su máxima expresión en la fase ecléctica de ese clasicismo imperante.

Cuenta la Ciudad con conjuntos como el Centro Histórico (declarado Monumento Nacional en 1995) y del cual 70 ha fueron declaradas por la UNESCO Patrimonio Cultural de la Humanidad en el mes de Julio del 2005; o edificaciones dispersas en la trama urbana que constituyen ejemplos de estos estilos en su arquitectura. Se distinguen dentro del Centro Histórico el Paseo del Prado, el Boulevard y el Parque Martí (antigua Plaza de Armas – núcleo de la fundación de la Ciudad). Poseen también la condición de monumentos nacionales El Museo Naval Cayo Loco, El Cementerio Tomás Acea, El Cementerio de Reina y la Zona de La Punta en el barrio Punta Gorda, contando en total la Ciudad con 5 monumentos nacionales, además de 6 monumentos

locales y otras muchas edificaciones, elementos y ambientes de valor. El trazado ortogonal de la ciudad conforma una retícula casi perfecta de 83,6 m de lado con orientación norte – sur, que cubre la mayor parte de la Ciudad y se orienta hacia el noreste en su extremo este, en armonía con las edificaciones con la fachada principal orientada hacia las vías.

Presenta un perfil homogéneo de una y dos plantas fundamentalmente en áreas del Casco Tradicional, el cual varía hacia la periferia en las zonas de saturación con la localización puntual de edificios aislados o pequeños grupos de edificios de 2 a 5 plantas y en las zonas de nuevo desarrollo de viviendas donde se han ejecutado edificios de 4, 5, 8, 12 y 18 plantas.

Las zonas de Grandes Instalaciones se identifican por el empleo de la tecnología Girón en sus construcciones y los grandes espacios de áreas verdes que le confieren un especial atractivo.

La altura de las edificaciones es variada de 2 a 5 plantas y las zonas industriales presentan un nivel de urbanización deficiente dentro del que se destaca su trama vial incompleta, las áreas exteriores de las industrias sin atención, y la carencia general del área verde y el mobiliario urbano.

Cuenta la ciudad con un sistema de servicios en correspondencia con su categoría de Cabecera Municipal y Provincial, aún cuando existe déficit. En este sistema se destaca el Centro Tradicional, parte del cual coincide con el Centro Histórico, además de la presencia de pequeños subcentros, servicios aislados, Zonas de Grandes Instalaciones y Grandes Instalaciones dispersas.

La base económica fundamental de la Ciudad está constituida por la actividad industrial – comercial a partir de la existencia de tres grandes zonas industriales caracterizadas por tipo: alimentaria y de materiales de la construcción, química, energética, de la pesca y alimentaria vinculada al Puerto Nuevo, así como la dedicada en específico a la industria química dentro de la que se destaca la Refinería de Petróleo. Se evidencia en estos últimos años una marcada tendencia hacia la terciarización que ya hoy prevalece en la provincia. Cuenta la Ciudad con 2 zonas portuarias, siendo de ellas la principal el Puerto Nuevo estrechamente vinculado a la Zona Industrial II. Es este puerto el tercero en importancia a escala nacional con exportaciones entre las que sobresalen el cemento, los áridos, el azúcar a granel, los cítricos y los mariscos

(principalmente el camarón); además de la red de almacenes, talleres y pequeñas industrias dispersas dentro de la trama urbana.

Desde la década del 90 se ha ido fortaleciendo en la Ciudad el Turismo, el cual ha tomado auge en los últimos años y aún cuando no se han producido grandes incrementos en sus capacidades de alojamiento, existen demandas de inversionistas extranjeros de ejecutar obras de este tipo, ya que la Ciudad posee un potencial favorable por sus dimensiones y localización, además de que se han incrementado considerablemente los servicios extrahoteleros y se prevé la materialización de nuevas inversiones que permitirán mantener un desarrollo sostenido fundamentado por la vocación que desde antaño la ha caracterizado dados sus valores históricos – culturales, urbanísticos – arquitectónicos y la bahía que ha favorecido el desarrollo de los deportes náuticos, (entre ellos: Las regatas que constituyen una de sus festividades tradicionales, estando propuesta como Capital de la Náutica), así como la gastronomía local, en la que el consumo de mariscos y la sabrosa paella han ocupado desde siempre un lugar preponderante en la preferencia de visitantes nacionales y extranjeros.

Entre los problemas fundamentales de la Ciudad se hallan las redes hidrotécnicas, cuya situación era ya crítica antes del Período Especial, y ha continuado agravándose, debido a la necesidad de continuar dando respuesta a las demandas de viviendas y el Turismo, siendo hoy uno de los aspectos condicionadores de sus perspectivas de desarrollo.

Un aspecto favorable para la ciudad lo es la aplicación de los proyectos Agenda 21 Local y GEO – Ciudades, cuyo objetivo es movilizar a las autoridades locales a emprender procesos de consulta con todos los sectores para con su participación activa colaborar en la solución de los problemas urbano – ambientales sobre los cuales estos proyectos contribuyen a profundizar en sus análisis y establecer los temas y áreas de mayor prioridad sobre las que se debe accionar. (Ver anexo 2.1)

En general las soluciones alternativas para la vivienda, la problemática alimentaria y la seguridad ciudadana como consecuencia del Período Especial, unido a la indisciplina urbanística, las deficiencias del control territorial y la falta de recursos han influido negativamente sobre la Ciudad y el aprovechamiento de sus potencialidades internas, por lo que resulta indispensable que sea

detenido sin dilación este proceso debido las implicaciones económicas, territoriales y ambientales que de él pueden derivarse y afectar no sólo la Imagen de esta bella Ciudad cuidadosamente conservada a lo largo de su historia, sino también la Calidad de Vida de sus habitantes.

2.1.3 Medio Ambiente

Asumimos esta dimensión, pues ella indica la relación de los sujetos con los ecosistemas y por su importancia en la construcción de los espacios construidos, además de ser uno de los indicadores en el turismo patrimonial, máxime si la Cartas Iberoamericanas de la Cultura de los años 2008 y 2009, reconocen a las zonas costeras como parte del patrimonio de las naciones. También se significa, por ser uno de los objetivos del milenio hasta el 2015 como vía del desarrollo local de las comunidades. Las zonas seleccionadas presentan diferentes características físico-geográficas que las distinguen en la parte sur de Cuba (ver anexo 2.2), forman parte de un ecosistema costero donde se desenvuelven actividades derivadas de la relación de las comunidades con su naturaleza. La bahía como parte fundamental del ecosistema, abarca un área geográfica de 88.46 Km², incluyendo los principales cayos y entradas de los ríos. Aparecen en su interior cuatro cayos, siendo los más importantes, Carenas, O Campo y Alcatraz. Se destacan por las riquezas naturales, valores florísticos y faunísticos, declarado por su importancia como Áreas Protegidas con categorías de refugios de flora y fauna, como es el caso de la Laguna de Guanaroca. Otro recurso son las magníficas visuales del paisaje y sus condiciones acuáticas, aceptables para la práctica de deportes y eventos de diferentes categorías.

Aparecen además como parte de los ecosistemas las cuatro cuencas: Damují, Salado, Caunao, Arimao. Todos estos ambientes de nivel superior incluyen otros más pequeños, pero también complejos y de gran fragilidad, los cuales tributan con sus beneficios y problemáticas al entorno de la bahía. Otro ambiente de interés está ubicado fuera del entorno de la ciudad, es la barrera coralina, que por sus características constituye un elemento natural relevante y distintivo de Cienfuegos, como el mayor coral de Cuba, conocido como el

Notredame con 17 m de altura, es Patrimonio Subacuático cubano, actualmente es un destino turístico de gran valor¹¹.11

2.1.4 Potencialidades y Restricciones.

El potencial natural con que cuenta la Ciudad de Cienfuegos para su desarrollo actual y prospectivo es diverso, a pesar de que se encuentra en un proceso de deterioro progresivo como consecuencia del mal manejo que sobre los mismos se ejerce.

Potencialidades. Entre los principales recursos naturales que potencian el desarrollo urbano se encuentran:

1. Estratégica ubicación geográfica.
2. La bahía, que como recurso más significativo admite el uso para la actividad marítima portuaria, residencial, industrial, turística recreativa, de pesca y transporte.
3. Los ríos Damují, Salado, así como los arroyos Inglés y Las Calabazas.
4. Los suelos para el desarrollo de diferentes cultivos.
5. Los yacimientos minerales no metálicos de amplio uso en la construcción.
6. Las zonas litorales incluyendo las playas como base para el desarrollo de la actividad turística.
7. Condiciones ingeniero-geológicas favorables para la construcción.
8. Presencia de una zona refugio de fauna que aunque no se localiza dentro de los límites urbanos se vincula de manera directa con la Ciudad.

Restricciones.

1. Existencia de áreas de alto valor ecológico que limitan el crecimiento urbano.
2. Salinización del manto freático.
3. Contaminación de las fuentes de abasto superficiales.
4. Zonas de aguas subterráneas contaminadas.

¹¹ Dueñas, Silvio. Plan de Manejo de la Zona Punta Sabanilla Racho Luna, Museo Histórico Naval, Cienfuegos, 2003

5. Contaminación de la bahía.

2.1.5 Economía del territorio.

La provincia de Cienfuegos posee un esquema monocéntrico de desarrollo motivado por las favorables condiciones materiales, demográficas y la existencia de una bahía de bolsa idónea para el desarrollo portuario vinculado fundamentalmente a la industria, por lo que la cabecera provincial ha sido el territorio más favorecido por el proceso de industrialización llevado adelante a partir del triunfo revolucionario y se ha convertido en uno de los más importantes centros del desarrollo industrial del país. Ello determina que el municipio participe en la economía de la provincia con el 75 % de la producción mercantil y que la actividad industrial en el municipio represente en dicho indicador el 34.6 % del total provincial.

2.1.6 Estructura administrativa y funcional.

Constituida por circunscripciones, distribuidas en Consejos Populares, que responden a las estructuras político – administrativas del país, son utilizados como base para el control territorial. Los Consejos Populares a estudiar son el Centro Histórico, Punta Gorda y el Castillo-CEN. La vida cotidiana se desarrollan en los barrios, cuentan en su mayoría con instalaciones de nivel básico y medio para la actividad comunitaria, respondiendo a las estrategias de desarrollo local en los ámbitos administrativos, culturales, ideológicos y políticos, a partir de Organizaciones no Gubernamentales (ONG)¹² creadas después del Triunfo de la Revolución, permitiéndole un sistema organizativo a la vida barrial, constituye en la actualidad uno los atractivos turísticos, motivado por el interés de conocer las cotidianidades y alternativas de vida de los cubanos, sentidas y significadas.

¹² En este caso nos referimos a la federación de Mujeres Cubanas (FMC) y los Comités de defensa de la Revolución (CDR), los cuales constituyen organizaciones de masas movilizativas, que desde sus estrategias participan en la formación de la sociedad cubana desde 1961.

2.1.7 Turismo

La ciudad de Cienfuegos se inserta dentro de un destino turístico del cual forman parte tres elementos determinantes que definen hoy el Producto Turístico Cienfueguero lo cuales son: Ciudad, Mar y Naturaleza.

La Ciudad: conocida como “La linda ciudad del mar” y “La Perla del Sur” posee ambientes, edificaciones y elementos arquitectónicos conjugados armónicamente con un perfecto trazado urbano, lo cual la distingue del resto de las ciudades del país. Su historia, costumbres, cultura y tradiciones, unido a la naturaleza circundante le imprimen valores irrepetibles en un contexto geográfico envidiable. Posee un Centro Histórico declarado Monumento Nacional y Patrimonio Cultural de la Humanidad con un significativo valor utilitario del fondo construido en el que se trabaja para su preservación con el fin de mantener su auténtica imagen urbana y la condición obtenida.

Caracterizada por el trazado en cuadrícula posee calles espaciosas que facilitan la circulación ayudando a una mejor comprensión de la ciudad y accesibilidad, siendo accesible también por vía marítima y aérea dado su desarrollo costero y existencia de instalaciones marítimo portuarias, así como por el aeropuerto (que aunque con algunas limitaciones) admite líneas internacionales y se encuentra situado dentro del límite urbano, permitiendo la rápida vinculación con otros Polos Turísticos. Está servida por una infraestructura vial que favorece la vinculación con la subregión Cienfuegos y sus Polos Turísticos sobre los que ejerce influencia directa, principalmente el Polo Rancho Luna-Pasacaballo por su cercanía (13km) y fácil acceso.

Las relaciones funcionales entre ambos polos se establecen a través de la avenida 42 ó 5 de Septiembre, vía turística que la enlaza además con el Circuito Sur que accede a Trinidad y al macizo montañoso del Escambray. El vínculo de la ciudad con el sector Rancho Luna-Pasacaballo a través de la ruta marítima permite disfrutar de exuberantes paisajes naturales que se mezclan con el azul intenso del mar y la serenidad de sus aguas, así como otros puntos de interés como son: La Fortaleza de Nuestra Señora de los Ángeles de Jagua y la comunidad marinera El Castillo, Cayo Carenas, Cayo Alcatraz y Cayo Ocampo.

Dentro del área de influencia existen otros recursos y atractivos que amplían las ofertas para el turismo como la Laguna de Guanaroca, área protegida

donde existen importantes endémicos, el Jardín Botánico y su vínculo con la Universidad de Harvard uno de los más importantes del mundo que atesora una de las diez colecciones de palmas más completas entre otras variedades, el Central Pepito Tey, paisajes arqueológicos prehispánicos, así como cuevas, ríos, valles y saltos de agua que ofrecen un panorama de extraordinaria belleza.

El sistema de espacios públicos y muy particularmente las plazas, plazuelas, parques y paseos son espacios de intercambio social y descanso, importantes para el desarrollo del turismo como parte de la actividad ciudadana, a la vez que constituyen elementos de enlace como bordes, sendas, nodos, etc., integrantes de la imagen urbana; de ahí su importancia no sólo desde el punto de vista funcional, sino también estético ya que contribuye a elevar la calidad ambiental de la ciudad. La ciudad de Cienfuegos concebida de forma compacta principalmente en las áreas del casco tradicional dentro del que se inserta el Centro Histórico, presenta déficit de espacios públicos y áreas verdes las cuales son más abundantes hacia el sector sur donde la urbanización posee características diferentes. Sin embargo, la atención y tratamiento de ambientación urbana que poseen es generalmente deficiente, además de los insuficientes espacios de este tipo que existen, siendo preciso el incremento, conservación y rehabilitación de los mismos como elementos indispensables dentro de la estructura urbana de la ciudad y complementarios de la actividad turística.

2.1.7.1 Patrimonio histórico – cultural

Cienfuegos es una joya arquitectónica del siglo XIX con sitios arquitectónicos y urbanísticos que conforman su entorno e historia. Su valioso Centro Histórico Urbano declarado Monumento Nacional y Patrimonio Cultural de la Humanidad es considerado la zona de mayor trascendencia desde el punto de vista histórico – cultural, su núcleo urbano original o Plaza de Armas se encuentra conformada por edificaciones de gran valor arquitectónico que le imprimen un aire moderno y tradicional, arquitectura marcada por el estilo neoclásico de la época e influencia francesa que tipifica sus fachadas con arcos, frisos, vitrales y rejas.

El Centro Histórico tiene la armonía ambiental de edificaciones del siglo XIX y eclécticas del presente siglo. Su valor está dado por las bellas tiras de fachadas que en ella se encuentran, además de evidenciar el esplendor económico y constructivo que se produjo en la referida época. Cuenta con elementos arquitectónicos, escultóricos y ambientales que constituyen puntos de interés turísticos.

2.2 Potencial de Cienfuegos para el desarrollo de la actividad turística

2.2.1 La ciudad como oferta turística

La ciudad constituye un inigualable conjunto de valores en plena simbiosis con el mar, verdadero protagonista de su riqueza y singularidad física. De ahí su reconocimiento nacional e internacional como “La Perla del Sur” o “La Linda Ciudad del Mar”

De cara y abrazando la bahía se encuentra su Centro Histórico contenedor de 70 ha declaradas Patrimonio Cultural de la Humanidad y un área de protección que profundiza suavemente en forma de península en las bellas y tranquilas aguas de la bahía. Cienfuegos es el primer y excepcional ejemplo de un conjunto arquitectónico representativo de las nuevas ideas de la modernidad, higiene y orden, su Centro Histórico muestra un importante intercambio de influencias basadas en la ilustración española y es un ejemplo excepcional y adelantado de su implementación en el planeamiento urbano de América Latina en el siglo XIX.

A lo largo de 187 años de existencia, en el Centro Histórico se produce un ensamble armónico y coherente de las diferentes épocas, donde reina el código formal clásico, primero el Neoclásico, después el Eclecticismo en las primeras décadas del XX, aceptando la inclusión del Art Decó y el modernismo con ejemplos importantes y respetuosos del mencionado clasicismo cienfueguero.

Contenedor histórico de la vida económica, cultural, política, administrativa y social de la ciudad, con un conjunto de edificaciones puntuales que se distinguen e integran a la armonía constructiva y ambiental del Centro. Presencia de espacios públicos, como la antigua Plaza de Armas (actual parque José Martí), núcleo fundacional de la ciudad y el Paseo del Prado, columna vertebral del conjunto; constituyen espacios altamente cualificados por

su mobiliario urbano y el tratamiento de sus áreas verdes. Líneas de elegantes fachadas corridas a manera de bloques sin portales; excepción hecha en plazas y paseos. Trazado ortogonal rectilíneo y simétrico orientado hacia los ejes cardinales y el buen estado técnico – constructivo e integridad formal y estilística, bajo el espíritu clásico constituyen las características fundamentales que priman en el Centro Histórico y la Ciudad de Cienfuegos.

Al transitar por sus calles y respirar su espíritu citadino se evidencia claramente que es el Centro Histórico del siglo XIX, que posee la mayor integridad, conservación y concentración tipológica de obras de valor patrimonial (81%), haciéndolo merecedor del máximo reconocimiento internacional.

La sutileza constructiva del resto de la ciudad al conservar los mismos cánones estilísticos que su núcleo principal, permite mantener la frescura ambiental que enamora y embruja a visitantes de todas las latitudes, los cuales expresan con suma satisfacción su alegría por haber conocido a la más bella y reluciente Perla del Caribe. (Ver anexo 2.3)

Como ambientes se destacan:

- Parque Martí y su entorno.
- El Boulevard.
- El Paseo del Prado.

Arquitectónicos:

- Iglesia Catedral Purísima Concepción.
- Palacio Ferrer.
- El Palatino.
- Palacio de Gobierno.
- Palacio de Blanco.
- Teatro Terry
- .Casa de Don Luis D'Clouet.
- Colegio San Lorenzo.

2.2.1.1 Patrimonio Inmaterial

La población Cienfueguera se ha caracterizado históricamente por el respeto hacia su cultura y tradiciones heredadas desde la implantación del régimen colonial y bajo la influencia hispanoaficana donde también han quedado

rasgos de la cultura francesa, siendo el teatro, la música y las artes plásticas las manifestaciones artísticas más desarrolladas en la localidad que constituyen parte de las dimensiones socioculturales de su desarrollo comunitario, con reconocidas figuras como: Luisa Martínez Casado, Arquímedes Pous, Ana Aguado y Mateo Torriente entre otros.

Festividades y conmemoraciones.

Constituyen una manifestación de los elementos culturales de mayor significación y arraigo popular que deben mantenerse y rescatarse por sus atractivos turísticos y entre los que se citan:

Conmemoraciones Patrióticas.

- Acto y peregrinación hasta el Cementerio Tomás Acea en homenaje a los mártires del Alzamiento Popular del 5 de Septiembre protagonizado por marinos del Distrito Naval Cayo Loco (Museo Naval Cayo Loco-Monumento Nacional) y civiles y organizado el 5 de septiembre de 1957 por el M-26-7.

Conmemoraciones Tradicionales y Festivas.

- La Fundación de la Ciudad el 22 de Abril de 1819
- La Jornada de Cultura entre los días 20 y 27 de abril.
- El Festival Internacional Benny Moré
- Festival del Danzón competencia de baile celebrado los 24 de diciembre, Día Nacional del Danzón.
- Carnaval Cienfueguero y la Fiesta del Camarón: Actividades festivas con carácter recreativo popular.
- Las Regatas.

Conmemoraciones Religiosas.

- Procesión de la Purísima Concepción: Se realiza cada 8 de Diciembre en homenaje a la Patrona de la Ciudad.
- Fiesta de San José de la Montaña: Se celebra anualmente el 19 de Marzo en el barrio de Paraíso
- Rumbón de Santa Bárbara: Se efectúa en el Cabildo de Santa Bárbara comenzando el día 3 de diciembre esperando el día 4 en su honor.

Tradiciones Gastronómicas.

- En cuanto a la gastronomía, Cienfuegos tiene sus gustos y preferencias por el consumo de mariscos, principalmente el camarón que se encuentra entre los símbolos de la ciudad, los ostiones y la oferta de platos típicos como la Paella, reconocida nacionalmente y que identifican a la ciudad.

Leyendas.

- Hermosas leyendas también forman parte del patrimonio inmaterial, encontrándose entre las más conocidas la de la Dama Azul, la leyenda de la Marilope convertida en símbolo cultural de la localidad y otras deben su origen a deidades aborígenes de la zona como Jagua, Guanaroca, Arimao, y Caunao.

El rescate y preservación del patrimonio e identidad cienfueguera permitirá conformar un programa de actividades muy atrayentes que potenciará considerablemente el desarrollo turístico de la ciudad.

2.2.2 Potencial de alojamiento en Cienfuegos.

Antes de que los españoles arribaran por primera vez a nuestras costas, el territorio de Cienfuegos constituía el Cacicazgo de Jagua reconocido por la historia como uno de los más importantes asentamientos aborígenes del país.

La bahía bautizada desde entonces como “El Gran Puerto de las Américas” era centro de contrabando de corsarios y piratas como forma de comercialización de los productos de la región, el Gobierno Español dada sus favorables condiciones naturales y posición estratégica decide colonizar la zona en pro de las indudables ventajas económicas que esto reportaría, iniciándose un período de auge de la economía regional, por lo que sin lugar a dudas la Ciudad de Cienfuegos desde los primeros años de su fundación se vio favorecida por las posibilidades mercantiles de su puerto.

Este pronto desarrollo económico trajo consigo un acelerado desarrollo arquitectónico y urbanístico donde se fomentaron instalaciones destinadas a ofrecer servicios de alojamiento y alimentación a los viajeros y comerciantes que arribaban a nuestras costas, convirtiéndose en una de las ciudades más importantes del país a fines del siglo XIX.

Desde esta época comienza a desarrollarse la actividad turística de Cienfuegos que hoy cuenta con una larga trayectoria constructiva, en algunos casos recogida por la historia como la existencia del Hotel La Paz y en otros se mantienen como callados testigos del incremento de la actividad hotelera.

El Hotel La Unión, construido en 1869, fue el primero de la ciudad concebido para la explotación hotelera con la inclusión de otros servicios modernos como oficinas bancarias y cafeterías entre otros, funcionales y atractivos para sus huéspedes.

Otros hoteles de envergadura fueron el Hotel Ciervo de Oro (1894) y La Suiza (1899) que han mantenido su valor de uso tanto hotelero como residencial y el Hotel Bristol también ejecutado dentro de la ciudad con servicios de oficina bancaria.

Ya en el siglo XX se incrementa la demanda de habitaciones surgiendo así hoteles como La Paloma, Presidente y La Flor de Cuba reconocidos por su privilegiada ubicación y servicios ofrecidos.

En 1921 se inicia la construcción del Hotel San Carlos que se inaugura en 1924 y sometido a diversas ampliaciones hasta alcanzar su estructura actual.

En la década del 30 se continúa el incremento de la actividad hotelera surgiendo hoteles como El Roma, Royal, Rifat y Florida.

Todos estos hoteles anteriormente mencionados se encuentran localizados dentro de la delimitación de la zona declarada Patrimonio Cultural de la Humanidad y nuestra área de estudio.

En 1955 se construye el Hotel Bahía a la entrada del malecón, apreciado por su confort y posición, con visuales hacia la bahía. A partir de este momento comienza la explotación de otras zonas de alto valor ambiental y paisajístico, creciendo hacia el sector de Punta Gorda con la inserción del Hotel Jagua en una de las zonas más privilegiadas de la ciudad, con el objetivo además de utilizar el Palacio de Valle como Casino, inaugurándose en 1959.

La larga trayectoria de la actividad turística de Cienfuegos ha propiciado su inclusión como un Polo Turístico a desarrollar dentro de la Subregión Cienfuegos, realizándose múltiples y variados estudios por diferentes organismos (MINTUR-DPPF-Patrimonio), interesados en el aprovechamiento de su potencial para el incremento de la actividad.

Turismo Internacional.

La Ciudad de Cienfuegos está clasificada como un polo pequeño en desarrollo por el reducido número de habitaciones en explotación, la infraestructura actual cuenta con 701 habitaciones.

El alojamiento actual en la ciudad se realiza en los Hoteles Jagua, La Unión y el Hostal Palacio Azul que hacen una capacidad total de 205 habitaciones de ciudad. Además existe un incipiente desarrollo inmobiliario con 37 habitaciones, 26 en la Inmobiliaria Reina del Sur y 11 en tres residencias inmobiliarias.

El turismo de Sol y Playa tiene su destino en los Hoteles Rancho Luna, Faro Luna y Pasacaballo con un total de 459 habitaciones en hoteles, incluyendo 12 cabañas (24 hab.) para turismo nacional para un total de 483 habitaciones en el polo. (Ver anexo 2.4)

En el período 1995-1999 la actividad turística en la provincia se mantuvo con flujos ascendentes, alcanzando arribos de hasta 135090 turistas/días en el año 1999. A partir del año 2000 comienza un ligero decrecimiento que se hace significativo en el año 2002 con 23795 turistas/días menos, no obstante del total de turistas que arribaron en este año al territorio el 46.0% se alojaron en los hoteles de la ciudad.

A partir del año 2003 comienza a crecer la actividad turística hasta alcanzar en el año 2005 un total de 190777 turistas/días de los cuales 68092 se alojaron en los hoteles de la ciudad, lo cual representa el 35.7% del total, siendo los principales mercados de emisión y mayor estabilidad: Canadá, Alemania, Francia y el Reino Unido y los meses de mayor incidencia de Enero a Marzo y el mes de Noviembre.

Turistas/días extranjeros. 2000_2005

El 50.0 % de las habitaciones de la Provincia están contratadas por la oferta de ciudad y mar que representa el principal destino turístico del polo. Actualmente el promedio de estancia en los hoteles de la ciudad es de sólo 1.5 días a 2.0 días, debido a su comercialización como destino de tránsito.

El índice de ocupación habitacional en la provincia es del 45.5%, siendo los de la ciudad los de más alto por ciento de ocupación, correspondiendo el 58.3% al Hotel La Unión, el Palacio Azul 49.4% y el Hotel Jagua 46.6%.

La actividad turística ha incidido en las transformaciones territoriales de la ciudad, se acondiciona el alojamiento con vistas al mejoramiento del confort en

los hoteles existentes y se trabaja en la recuperación de otras instalaciones como el Hotel San Carlos y la Casa Verde previendo el crecimiento de las capacidades hoteleras. Así mismo se trabaja en la implementación de establecimientos pertenecientes a la red extrahotelera con servicios al turismo y a la población en general.

Turismo Nacional.

Este segmento turístico se encuentra muy deprimido en la ciudad por la falta de recursos y financiamiento para enfrentar la rehabilitación de los hoteles comerciales existentes, por lo que existe déficit de habitaciones para todo tipo de alojamiento. Solamente se encuentra en funcionamiento el Hotel Perla del Sur con capacidad muy limitada y el Hotel Ciervo de Oro que por su estado crítico hubo de clausurarse. En estos momentos se prepara la documentación para la recuperación de este hotel por parte de la Dirección de inversiones de Islazul.

La existencia de hoteles comerciales de ciudad en la provincia es insuficiente, localizándose las mayores capacidades en la Ciudad de Cienfuegos (123 habitaciones), de las cuales 32 pertenecen al Hotel Ciervo de Oro que se encuentra cerrado por mal estado técnico y 24 pertenecen al Hotel Perla del Sur que actualmente se encuentra prestando servicio de muy mala calidad por la ausencia de confort, situación esta que se presenta en el resto de la provincia.

Esta modalidad es muy demandada por la población que necesita alojarse en las ciudades por razones de trabajo, recreación y esparcimiento o recibir algún tipo de servicio, por lo que las casas de visita se convierten en un elemento importante para dar respuesta a estas necesidades.

Dentro del área de actuación turística de la ciudad existe una capacidad de 460 habitaciones aproximadamente que brindan servicio al turismo nacional, distribuidas en Villas, Hoteles, Casas de Visitas y otras. Formando parte del potencial turístico de la bahía se localiza la base de campismo Jagua con una capacidad de 150 habitaciones y la Villa Rancho Club con capacidad para 8 habitaciones, que dan servicio todo el año principalmente en época de verano, además el Hotel Aires Libres situado en el asentamiento El Castillo a la entrada de la bahía con capacidad para 9 habitaciones, necesitando acciones de

rehabilitación por su estado constructivo actual, este viejo y muy frecuentado hotel, famoso por su oferta gastronómica con típicos platos marinos, se localiza en un lugar privilegiado con hermosas visuales hacia la bahía y un ambiente apropiado para el descanso y la recreación y la Villa Rancho Luna con 24 habitaciones

Servicios extrahoteleros

El Centro Histórico y el Sector Turístico Recreativo de Punta Gorda, son las áreas de mayor atracción turística de la ciudad. En el Centro Histórico están localizados la mayoría de los establecimientos comerciales, gastronómicos y culturales donde se han implementado servicios extrahoteleros, mientras que en Punta Gorda existe un predominio de la red gastronómica y recreativa-turística.

El Centro Histórico, núcleo fundacional de la ciudad, es un sitio urbano donde se concentra la mayor cantidad de instalaciones de servicios en sus diferentes niveles o categorías, favoreciendo especialmente las áreas que integran el casco tradicional caracterizado como la zona mejor servida de la ciudad.

Entre las zonas más deficitarias se encuentra el barrio Punta Gorda en cuanto a servicios comerciales y culturales, resultando contradictorio de acuerdo a las características de la zona.

La Ciudad de Cienfuegos ha ido alcanzando un crecimiento significativo en la actividad extrahotelera a partir del año 1990 con la aparición de instalaciones comerciales, gastronómicas, culturales, de recreación, medico-asistenciales y de otros servicios a cargo de diversas corporaciones, compañías o sociedades que operan en MLC.

Las acciones encaminadas a la recuperación de locales para la implementación de servicios extrahoteleros sin dudas han beneficiado la imagen urbana de las zonas donde se ubican por las posibilidades de rehabilitación del fondo edificado ayudando a su conservación, cuando se trata de instalaciones permanentes, mientras que los servicios temporales (kioscos y contenedores) que se han ido insertando en diferentes áreas de la ciudad fundamentalmente de afluencia turística y otras zonas periféricas con limitaciones en la disponibilidad de locales y gran demanda de la población, lejos de mejorar

deterioran o empobrecen la imagen urbana tanto cuando aparecen de forma aislada como agrupada.

La ciudad está conformada por una amplia y variada estructura de servicios con una importancia relativa medida en el valor de sus ingresos.

Los paseos marítimos son un elemento dentro de las ofertas recreativas extrahoteleras que en Cienfuegos se materializan desde la Base Náutica, la misma se implementó en un atraque existente en el lóbulo este de la Bahía, próximo al CV Deportivo, hoy Club Cienfuegos y a 200 m del hotel Jagua y brinda además servicio a turistas independientes que solicitan atraque y avituallamiento para la modalidad de vida a bordo previo convenio. También se brinda servicio de charter a turistas que arriben desde distintos puntos del territorio. (Ver anexo 2.6).

Los servicios predominantes son los comerciales con el 66% en tiendas y puntos de ventas, seguidos de los gastronómicos con el 17.8% y dentro de éstos las cafeterías con el 18%. Los servicios recreativos sólo representan el 2%.

En los servicios comerciales tiene una gran incidencia tanto la población local como la población residente en el área de influencia de la ciudad, aún cuando estos servicios existan en otros asentamientos. Esta situación se considera sea estimulada por la variedad en la oferta.

Los establecimientos con más éxitos en cuanto a participación de la población y el turismo son los comerciales y centros recreativos, éstos últimos con amplia demanda, que se incrementa con la participación de los casi 1000 estudiantes latinoamericanos que residen en la provincia y buscan servicios en estas instalaciones y cuya cifra debe aumentar.

Durante los últimos años los Servicios Extrahoteleros en la ciudad se han incrementado a un ritmo acelerado, aunque todavía existe déficit en algunos giros específicos como recreación y cultura.

Su aparición ha contribuido significativamente al fortalecimiento del Centro Tradicional de Servicios tanto desde el punto de vista de animación por la participación de la población local, turistas y visitantes, como en cuanto al valor de uso de sus instalaciones y al mejoramiento de la imagen urbana cuando se trata de establecimientos permanentes que han posibilitado la recuperación del patrimonio y la rehabilitación de algunas áreas de la ciudad.

Potencial en edificaciones existentes

La ciudad cuenta con un potencial de pequeños y antiguos hoteles los cuales serían factibles de recuperar para ser utilizados como hoteles comerciales de ciudad, por su favorable localización en áreas del Centro Histórico, aún a largo plazo por el estado constructivo en que se encuentran y las afectaciones que esto generaría, ya que sería necesario reubicar las viviendas que actualmente ocupan estos inmuebles

La tipología arquitectónica y diseño de algunas edificaciones localizadas en diferentes sectores de la ciudad evidencian el esplendor económico y constructivo de la clase social que les dio origen apareciendo palacetes y/o casas quintas de recreo que le infieren personalidad propia y constituyen importantes potenciales para desarrollar diferentes modalidades dentro del turismo como casas de alquiler, Hostales y Hoteles Encantos entre otros.

También en el extremo más al sur del Sector de Punta Gorda se encuentra la zona de La Punta que por sus valiosos atractivos y su calidad ambiental unida a la riqueza arquitectónica de sus regias casas quintas o palacetes agrupa edificaciones de amplio potencial para alojamiento.

La mayoría de estas instalaciones, que se insertan fundamentalmente en áreas del sector sur de la ciudad, Centro Histórico y el reparto Buena Vista se encuentran inventariadas, siendo en su mayoría de uso estatal. De ellas, el mayor por ciento lo constituyen las casas de visita, mientras que el resto corresponde a otras actividades y organismos.

Entre los inmuebles se encuentran tanto los de línea moderna, como otros en que se evidencia el marcado eclecticismo que predomina en las construcciones cienfuegueras, estando caracterizados en su mayoría por el buen estado constructivo que posibilita su explotación en un corto plazo. Arquitectónicamente están en correspondencia con la zona en que se encuentran ubicados, existiendo una variedad en cuanto a diseño que permite cubrir una amplia gama de preferencia y la mayoría poseen áreas exteriores suficientes para incorporar piscina, áreas deportivas o garajes si fuera necesario.

Alojamiento

En el Centro Histórico Urbano se trabaja en el rescate del Hotel San Carlos (en construcción) con capacidad para 49 habitaciones y está previsto su ampliación con un nuevo hotel San Carlos 33 con una capacidad de alojamiento de 60 habitaciones en áreas aledañas y formando parte de un mismo complejo, además se propone rehabilitar el Hotel Ciervo de Oro con capacidad para 25 habitaciones y el Hotel Florida con 30 habitaciones y se mantiene el Hotel La Unión con 49 habitaciones.

La propuesta de recuperación del litoral sur del Centro Histórico concibe el desarrollo de la red hotelera en este espacio urbano con la inserción de hoteles a partir de la concepción del Nuevo Urbanismo y tratando de preservar la imagen de la ciudad, de esta manera se proponen los Hoteles del Mar (2) con capacidad para 125 habitaciones cada uno.

En el sector Punta Gorda-Playa Alegre se mantendrá el alojamiento en el Hotel Jagua con su capacidad actual de 149 habitaciones, así como el edificio Inmobiliaria Reina del Sur con 16 habitaciones y el Hostal Palacio Azul que se someterá a acciones de reparación y mantenimiento 7 habitaciones y se le incorporarían de acuerdo a las propuestas concretas para el sector 819 nuevas habitaciones en hoteles de ciudad desglosadas en: Hostal Casa Verde (8), Hotel Compacto Malecón (300), Puesta del Sol (200), Villa Náutica Residencial (175), además existen otras áreas e instalaciones potenciales como el Hotel Bahía (120) actual Centro Provincial de Higiene y Epidemiología, inmueble ocupado por la Gerencia de Almacenes Universales con 4 habitaciones y espacio disponible para la ampliación de sus capacidades y El Castillito utilizado actualmente como casa de visita con capacidad para 12 habitaciones. Con el incremento previsto se alcanza un total de 1475 habitaciones de ciudad en el área de estudio, 1012 en el sector de Punta Gorda Playa Alegre y 463 en el Centro Histórico.

Así mismo existe una potencialidad de posibles casas para alquiler (31), recuperación de antiguos hoteles (5) y pequeñas parcelas de supuesta tenencia privada que se encuentran inventariadas como solares propuestos para la reubicación de las afectaciones previstas por la ejecución de inversiones turísticas.

La ciudad por sus características, rol e importancia fundamenta la propuesta de Hoteles Encanto u Hoteles E aprovechando edificios valiosos.

Los Hoteles Encanto u Hoteles E son instalaciones de alojamiento turístico que estarán ubicadas en zonas céntricas, localizadas en los centros históricos o cercanas a ellos, así como en áreas privilegiadas de la ciudad por sus valores locacionales dados por sus características urbanísticas y ambientales, aprovechando edificaciones existentes con valores históricos, culturales y arquitectónicos.

Cada uno de ellos deberá poseer identidad propia determinada por sus detalles individuales y alto nivel de servicio. Se destacarán por su confort, tranquilidad y una cocina representativa y de alta categoría, así como por la elegancia de su refinada decoración, mobiliario y ambientación realzando la cubanía. Dispondrán de las técnicas más modernas de la hotelería, dadas en sus terminaciones, mobiliario y equipamiento, etc. Las categorías de estas instalaciones de acuerdo con sus requisitos y la diversidad de servicios serán de cuatro y cinco estrellas.

En cada instalación existirá un área en que se brindará información sobre la historia del inmueble y personalidades que han estado alojadas en él, mediante fotos, gráficos, escritos, curiosidades, etc.

En caso de propuestas de edificaciones deterioradas o modificadas por otros usos, se respetará y tratará de recuperar la arquitectura original, determinándose lo conveniente en cada caso de acuerdo con las características del inmueble, año de construcción y sus valores arquitectónicos y culturales. La creación de ambientes estará condicionada al producto.

La propuesta de hoteles para integrar la Red de Hoteles Encanto en la Ciudad de Cienfuegos incluye 6 inmuebles con un total de 129 habitaciones distribuidas en:

HOTELES	CAPACIDAD ALOJAMIENTO (HAB)
“La Unión	” 49
“San Carlos”	49
Edificio Almacenes Universales	4
Hostal “Palacio Azul”	7
Casa Verde	8
El Castillito	12
TOTAL	129

Estas instalaciones se encuentran localizadas en las zonas más atractivas de la ciudad: El Centro Histórico y el Reparto Punta Gorda, en la que se hallan concentradas la mayoría de las edificaciones y ambientes más valiosos. Estas áreas forman parte del espacio de uso turístico definido y tienen una alta afluencia de visitantes. Son zonas priorizadas en cuanto a la atención de su imagen por lo que representan un adecuado estado de conservación desde el punto de vista urbanístico. (Ver anexo 2.7)

El polo Rancho Luna-Pasacaballo prevé alcanzar 1661 habitaciones, de ellas 1227 para el uso de clientes extranjeros, 246 para el turismo nacional y 188 destinadas al Turismo de Salud en el Hotel Pasacaballo lo que haría un total de 3136 habitaciones dentro del área de actuación turística de la ciudad.

Potencial de áreas libres:

EL Plan General de Ordenamiento Urbano recientemente elaborado para la ciudad, teniendo en cuenta las perspectivas de desarrollo turístico en el territorio unido a la infraestructura existente, determinó aquellas áreas de la ciudad con posibilidades para enfrentar nuevas inversiones.

El potencial de áreas libres dentro del Centro Histórico no es significativo, las parcelas existentes (14) son el resultado del derrumbe de antiguas

edificaciones por lo que sus dimensiones se corresponden o son similares a las instalaciones o lotes constructivos típicos de esta zona, predominando las parcelas largas y estrechas en la distribución de los solares y donde las nuevas construcciones tendrán que ajustarse a las regulaciones urbanísticas vigentes, manteniendo en el caso de aquellas con valor patrimonial su fachada original y en su mayoría se establecerán en áreas de edificios existentes rehabilitados para este fin.

En el sector de Punta Gorda - Playa Alegre se ubican gran parte de las instalaciones pertenecientes al subsistema turístico recreativo de la ciudad y cuenta con el mayor potencial de áreas libres para el incremento de las capacidades de alojamiento, alcanzando un total de 7.31hay una capacidad de 675 habitaciones.

La tipología constructiva de las edificaciones existentes en esta zona ha determinado una propuesta de modalidad o tipo para las instalaciones futuras que se ubiquen en dichas áreas o parcelas teniendo en cuenta altura o número de plantas para cada una a partir de las regulaciones urbanas establecidas para la zona, con el objetivo de lograr una mejor integración arquitectónica y urbanística con el entorno en que estarán localizadas.

El resto de las áreas definidas están situadas en el área de actuación turística de la ciudad, en la zona Turístico – Recreativa Rancho Luna - Pasacaballo, favorecidas por su cercanía al mar y por la variedad y belleza del paisaje que le conceden un alto valor locacional.

Ingresos:

La ciudad de Cienfuegos recibe un turismo de medianos ingresos o de masas y se prevé que esta característica se mantenga y aunque está clasificada como un polo pequeño por el reducido número de habitaciones en explotación con que cuenta actualmente, posee una variada oferta en cuanto a las opcionales existentes y otras que pudieran implementarse, así como gran número de puntos de interés lo que permite revalorar su condición de polo de corta estancia o de tránsito.

En los últimos cinco años (2000-2005) el aumento de los ingresos en el sector turístico ha estado determinado fundamentalmente por los ingresos en las actividades extrahoteleras y de apoyo, alcanzando en el año 2005 el 66.6 % del total. Mientras que los ingresos en la actividad hotelera muestran un ligero

crecimiento considerando la incidencia que en ello tiene la apertura del Palacio Azul y la rehabilitación del Hotel Pasacaballo para prestar servicios como parte de la operación Milagro con un efecto económico favorable. (Ver anexo 2.8)

Los mayores por cientos de ingresos dentro del sector turístico se obtienen por concepto extrahotelero, destacándose dentro de este la actividad comercial, por lo que resulta imprescindible considerar la incidencia que en ello tiene la participación de la población, que en este sentido será un indicador fundamental, teniendo en cuenta su crecimiento para el dimensionamiento futuro de los servicios.

2.4 Argumentos metodológicos.

En la sociedad contemporánea surgen nuevas formas de pensar que buscan mayor racionalidad, permitiendo la construcción de un nuevo proyecto de futuro auto generador y multirrelacional.

Las tendencias señalan las líneas de evolución que se van a confirmar en el futuro; caracterizada por: la internacionalización de los mercados; la democracia directa, participativa y multiforme; la supercompetitividad de productos de bajos precios y máxima calidad; la supertendencia que incluye en un mismo producto múltiples servicios y valores; las tecnologías multimedias interactivas; las estrategias conjuntas interempresas; la visión del cuidado y conservación del medio ambiente; el conocimiento y el talento; la flexibilidad y la creatividad; la diferenciación; la innovación y la inventiva continua (Gianoten, 1991). Se imponen por tanto las leyes del mercado como única opción para alcanzar el desarrollo y la evolución del marketing que trata de dirigir y controlar al cliente, a un nuevo enfoque que busca más bien conectar y colaborar con el cliente, el llamado marketing colaborativo o marketing inverso.

Los principios del nuevo marketing, centran sus esfuerzos en lograr la transición del enfrentamiento a la colaboración, creando un estrecho vínculo que determinará el éxito o no de la empresa entre: ésta, los clientes y los colaboradores externos (Kotler, 2005), lo cual provoca que los procedimientos tradicionales que se conocen para el diseño de productos deban evolucionar, a algo mucho más acorde con el tiempo actual en que la inmediatez de la información y la segmentación total, han provocado cambios en los hábitos de compra de los consumidores.

Se hace necesario entonces investigar desde la perspectiva del nuevo Marketing los factores determinantes en los procedimientos para el diseño de productos y más específicamente en el diseño de productos turísticos, en el que la intangibilidad del servicio, la inseparabilidad de la producción y el consumo, la variabilidad, estacionalidad e interdependencia inciden negativamente en el mismo.

En la actualidad, el reclamo que le plantea la sociedad a la calidad de los servicios que se brindan en el turismo, como necesidad social, derivado del desarrollo de la Ciencia y la Técnica y la aplicación cada día más de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones en la actividad productiva y de servicios, impone retos en la oferta de productos turísticos pertinentes, competitivos y sostenibles.

En este sentido, considerando la relación que debe existir entre la oferta de productos turísticos y el desarrollo social – demanda del mercado, que determina su encargo social, constituye una necesidad actual el perfeccionamiento del proceso de mejora o diseño de productos, sustentados en una metodología que permite dirigir dicho proceso.

El objetivo de la mejora y diseño de productos turísticos como parte de la actividad turística, no es solo satisfacer clientes, sino también contribuir dentro de la actividad socioeconómica de un territorio al incremento de los ingresos y fomento y rescate del patrimonio, en aras de mejorar la calidad de vida de la población.

A pesar de los trabajos realizados anteriormente relacionados con la metodología de mejora y diseño de productos turísticos, los actores plantean que aun existen insuficiencias desde el punto de vista metodológico para una correcta gestión del proceso de mejora y diseño de productos turísticos y su comercialización como son:

- Insuficiente nivel de asequibilidad para la enseñanza – aprendizaje de la gestión del proceso de mejora y diseño de productos turísticos y su comercialización, por la no existencia en sentido general de gráficos, figuras o modelos que sintetice y facilite la comprensión integral de la gestión.

- Insuficiencia en la precisión de partes, fases o etapas que viabilice la gestión del proceso de mejora y diseño de productos turísticos y su comercialización de forma integral, teniendo en cuenta el carácter holístico, sistémico y cíclico del proceso en correspondencia con el objetivo general de un producto turístico.
- Insuficiente precisión de la evaluación en cada una de las partes, etapas o fases y de la comercialización en sentido general como una vía de retroalimentación en la gestión del proceso.

Por otro lado en la actualidad la oferta de productos turísticos es mayor que la demanda, por lo que el proceso de mejora y diseño de los mismos debe estar orientado al cliente y tener en cuenta los competidores (vendedores) reales y potenciales del destino, empresa y/o instalación turística en la que gestiona dicho proceso.

La metodología para la mejora o diseño de productos turísticos y su comercialización (ver anexo 2.9), comprende cinco etapas (determinar oportunidades, estructurar el producto, proceso de prestación, precio – viabilidad y distribución – comunicación) estructuradas en forma de sistema entre sí e internamente cada una de ellas y una sexta etapa de Evaluación, que está presente en las cinco anteriores y de forma general. Con las características en su conjunto de posibilitar la singularidad requerida según el contexto de actuación y revelar la esencia de la gestión del proceso, en su lógica interna, lo que confirma la posibilidad de conducirse en concordancia con los propósitos que demanda el desarrollo de la actividad turística en sentido general y en particular un destino, empresa y/o instalación turística.

La metodología se sustenta en:

1. La relación Oportunidad – Potencialidad, como resultado del diagnóstico y punto de partida de la gestión del proceso de mejora y diseño de productos turísticos, dirigida a la obtención de productos pertinentes, competitivos y sostenibles.
2. Las variables del marketing operativo (producto, precio, plaza y promoción), orientada a la satisfacción de las necesidades, intereses y

deseos de los clientes (turistas), teniendo en cuenta los competidores (vendedores).

3. La contextualización de las categorías de la metodología de la investigación, en el proceso de mejora y diseño de productos turísticos.
4. La optimización de la gestión del proceso de mejora y diseño de productos turísticos, a través de la modelación de etapas que propician el desarrollo del proceso con un carácter holístico, sistémico y cíclico.
5. El control parcial por etapa y final, como vía de retroalimentación continúa del proceso.

La metodología propicia la materialización de una mejor gestión de la actuación de directivos, comerciales y mandos del destino, de empresas y/o instalación turística, con el interés de satisfacer las necesidades de los clientes con la oferta de productos pertinentes, competitivos y sostenibles. Para ello, se deben tener conocimientos teóricos – prácticos, que constituyen los precedentes básicos para instrumentar esta metodología de acuerdo con sus etapas.

2.4.1 Las técnicas y métodos aplicados

Métodos del conocimiento

Histórico Lógico: Fue empleado fundamentalmente para conocer y analizar la trayectoria del estado de la cuestión del tema de estudio, sobre todo para conocer las formas en que ha transitado el pensamiento sobre gestión e interpretación, las experiencias en sus diferentes niveles y el desarrollo de esta acción en Cuba y en Cienfuegos, para demostrar su pertinencia histórica.

Inductivo-deductivo: Se utilizó para el desarrollo de los análisis principales, sobre todo en los estudios de públicos, la determinación de las características de los patrimonios, los niveles de relación entre selección y determinación, evaluar las posibilidades de los recursos patrimoniales, las formas de puesta en valor, los niveles de comportamiento de la reacción y su relación con la experiencia de los visitantes.

Analítico-sintético. Empleado para valorar el estado teórico de la gestión del patrimonio como tecnología social, sus niveles científicos, los procesos clasificatorios y la construcción de conceptos y términos propios de la actividad

investigativa del Patrimonio Cultural, así como las cualidades y relaciones de sus manifestaciones y expresiones.

La síntesis se utilizó fundamentalmente para la caracterización, el estudio infraestructural, las reacciones y características generales de las manifestaciones patrimoniales como expresión de la realidad social, cultural, económica, las evidencias de las tendencias principales, así como la selección, determinación y presentación de los recursos patrimoniales.

Métodos empíricos

El análisis documental: Fueron consultados y valorados los principales planes de desarrollo territorial como: el Plan General de Ordenamiento Urbano (POUG) (anexo 2.11), el Plan Maestro del Contenedor Declarado Patrimonio Cultural de la Humanidad, el Plan de Ordenamiento Turístico, el Programa Cultura-Turismo- UNEAC, el Programa de Desarrollo Cultural del CPPC y la Oficina del Conservador de la Ciudad (OCC), y los documentos de planificación de cada uno de los organismo implicados como: EL Sistema de Leyes del Patrimonio Cultural y Natural de las Convenciones y reuniones de la UNESCO, y de Cuba, los Reglamentos implementados en las Leyes Patrimoniales, las evaluaciones de los Convenios de Cultura-Turismo-UNEAC, los informes del ICOMOS, ICROM, y la Asociaciones y Convenciones Internacionales del Turismo, los Códigos Deontológico de los gestores del Patrimonio Cultural, así como los documentos y normas que sobre gestión e Interpretación del Patrimonio Cultural se han promovido en estas organizaciones para el turismo patrimonial.

El análisis documental fue de gran valor, pues contempla los principales lineamientos de ordenamiento y manejo territorial, y por tanto nos sirvió para explorar el fenómeno en la etapa inicial de la investigación y continuar los procesos de sistematización y contrastación, nos permitió recoger información sobre planeamiento, ordenamiento y manejo de forma coherente, caracterizar infraestructuras y ganar tiempo en estos análisis, cruzar informaciones para conocer el comportamiento de las relaciones claves, e institucionales, profundizar en temas, y sobre todo buscar fuentes de referencias y textos, por la carencia y poca frecuencia de aparición de estos, de ahí la importancia de la utilización de las fuentes secundarias y terciarias durante todo el procesos de investigación.

Utilizamos en el proceso dos tipos de estudio documental:

- Documentos escritos (informes y estudios monográficos, memorias de trabajo, documentos oficiales, prensa, periódicos, evaluaciones, programas y proyectos de leyes, documentos estadísticos, documentos personales, cartas, diarios, recetarios, planillas de inventarios de los museos, entre otros.
- Documentos no escritos (fotografías, videos, mapas, planos, diseños, entre otros).

La entrevista: fue empleada de forma jerárquica, a profundidad, individual, cara a cara; sirvió para conocer los grupos de información, obtener datos principales de percepción y visualización del patrimonio, profundización en los aspectos principales de evaluación y proyección del patrimonio, en la comprobación de los objetivos, la constatación y contratación de información

Capítulo II: Caracterización del producto turístico Cienfuegos y sus potencialidades para el desarrollo del turismo patrimonial e institucional, así como la de los actores sociales. La búsqueda de consensos, facilitó el análisis de los hechos y relaciones claves entre turismo y patrimonio y en la resolución de su contradicción principal, puesta en valor/conservación de los atractivos y el pensamiento que se genera alrededor del turismo patrimonial. Fue empleado con flexibilidad y libertad para lograr un proceso de aprendizaje sobre todo en la confección del inventario, el logro de clasificaciones, ordenamientos y determinaciones de recursos patrimoniales y las estrategias fueron combinados con las técnicas de trabajo grupal y con el cuestionario para los contrastes de verificación y la realización de comprobaciones cruzadas.

En este aspecto, una técnica de gran valor en la complementariedad metodológica fue las conversaciones informales, utilizadas dentro de la observación participantes o en la aplicación de los cuestionarios, de gran ayuda para la contrastación de información, la valoración in situ de las contradicciones producidas en el sistema de opiniones, posibilidad del conocimiento de las relaciones supuestas a partir de las respuestas inmediatas enfocadas y las valoraciones que necesitan ser verificadas o profundizadas. Estas conservaciones como requisito metodológico son controladas y dirigidas puntualmente, son frecuentes en los estudios patrimoniales de atractivos, puesta en valor e inventarios para justificar su sistematización.

Observación: Fue ampliamente utilizada por la fiabilidad que le imprimió al proceso de investigación, sobre todo a la validez interna, favoreció el análisis y registro de comportamientos, de las realidades de hecho y actividades a comprobar, visualizaciones de opiniones y la contestación real del fenómeno estudiado, en especial para los estudios de puesta en valor del Patrimonio Cultural, práctica turística patrimonial y de reacción al turismo.

Sirvió conjuntamente con la entrevista y el cuestionario para realizar la exploración del fenómeno en varios momentos de la investigación y verificar en la práctica las formas de expresión, el registro de los cambios, los modos en que se declaran y se informan, las visiones contextuales, y las principales evidencias de los actores sociales, sus consensos, sistema de opiniones y relaciones que se establecen entre los actores sociales y los entornos.

Fue realizado de forma sistemática, deliberada, pero controlada, orientada por el problema para evidenciar los conocimientos y prácticas tácitas, así como observar formas específicas de acción y ordenamiento.

Se emplearon dos tipos de sistema de observación: Sistema descriptivo para el conocimiento de la práctica y de forma focalizada en el procesos de sistematización de la investigación, en la obtención y contrastación de datos y el sistema narrativo, que nos permitió acercarnos por decantación a los procesos de determinación, selección y configuración de los inventarios y análisis de los actores sociales para asumir una proyección turística.

III.- Propuesta metodológica para el diseño de productos turísticos en Cienfuegos.

3.1 Valoración de la explotación de la zona para la aplicación como producto turístico.

Cada vez con mayor frecuencia observamos cómo se atribuye el crecimiento turístico a la oferta cultural de los destinos. Evidentemente algo de ello es cierto, pero ¿es realmente la cultura, el patrimonio y legado cultural de los pueblos, lo que activa el flujo turístico hacia un destino? Los destinos y los que desean ser destinos se engalanan y afanan en atraer cuantos más visitantes mejor. Del éxito de sus atractivos dependerá su reproducción. En esta tarea el uso de los recursos se vuelve intensivo. Medio ambiente, ocio, deportes, espacios, eventos de cualquier naturaleza y, por supuesto, la cultura local son aptos para tal fin. Sin embargo, salvo aquellos preparados explícitamente para el turista, no todos los recursos poseen la capacidad de poder ser presentados, contemplados y entendidos en su complejidad. Deben ser adaptados para un uso repetitivo, rápido, ameno y sencillo, preparados para la mirada, no para la lectura. Esto hace pensar en la posibilidad de que sobre un mismo lugar, evento o artefacto patrimonial puedan pesar varias versiones, varios argumentos según sus destinatarios y usos. Desde este punto de vista existiría un patrimonio cultural para el turismo que podría o no ser activado, promovido y consumido exclusivamente motivado por intereses económicos.

Según el Plan de Ordenamiento Turístico después de analizadas todos los puntos del turismo podemos descifrar que hay un alto potencial natural y edificado con posibilidades de explotación para el desarrollo del turismo, vinculado principalmente a la ciudad y su bahía, Evolución positiva de los principales indicadores seleccionados relacionados con el desarrollo del turismo en el período analizado y Centro Histórico declarado Patrimonio Cultural de la Humanidad como principal recurso turístico a desarrollar a corto y mediano plazo.

3.2 Determinar oportunidades como producto turístico.

El punto de partida para la gestión del proceso de mejora o diseño de productos turísticos, sentando las bases para la toma de decisiones en cada circunstancia, en correspondencia con el contexto donde se gestiona dicho

proceso y el objetivo propuesto, a partir de un análisis profundo de la situación actual, mediante el empleo de métodos e instrumentos que permiten conocer los logros alcanzados, identificar las dificultades y oportunidades, así como las causas que limitan el logro del objetivo y los elementos que pueden acelerar el cumplimiento del mismo.

3.2.1 Demanda

Los cambios producidos en la actividad turística, van a dar lugar a la aparición de nuevas tendencias que tendrán como consecuencia la sustitución de los destinos y actividades propias del turismo de masas por otras que se adapten mejor a las nuevas características de los turistas. A esta tendencia se le conoce como “Turismo Alternativo”, que está dirigida a la satisfacción de una nueva demanda turística, que va a exigir nuevas formas de hacer turismo en las que básicamente se ponga de manifiesto una mayor calidad de los servicios, una mayor participación del turista en el diseño y en las actividades que realiza y una mayor sensibilidad por las cuestiones medioambientales. Aprovechando las tendencias de la sociedad de vivir en contacto directo e intercambiar con los espacios naturales, se estudiaron las principales demandas insatisfechas que caracterizan en la ciudad de Cienfuegos, pues la ciudad es conocida como “La linda ciudad del mar” y “La Perla del Sur” posee ambientes, edificaciones y elementos arquitectónicos conjugados armónicamente con un perfecto trazado urbano, lo cual la distingue del resto de las ciudades del país. Su historia, costumbres, cultura y tradiciones, unido a la naturaleza circundante le imprimen valores irrepetibles en un contexto geográfico envidiable. Posee un Centro Histórico declarado Monumento Nacional y Patrimonio Cultural de la Humanidad con un significativo valor utilitario del fondo construido en el que se trabaja para su preservación con el fin de mantener su auténtica imagen urbana y la condición obtenida.

3.2.2 Oferta

Cienfuegos es una ciudad la cual está enriquecida en cultura, paisajes, etc., representa una de las Polos Turísticos más competentes y atractivos del país. A partir del aprovechamiento de las potencialidades del territorio, las capacidades hoteleras y la diversificación de los servicios extrahoteleros,

además de los protagonistas (Ciudad – Mar – Naturaleza) del polo turístico Ciudad Cienfuegos; se brindan varias ofertas de actividades con el objetivo de incrementar el desarrollo de la actividad turística, como son:

- Turismo Activo/multiaventura.
- Excursiones de día.
- Visitas a los lugares más antiguos de la ciudad por lo cual son considerados patrimonio.
- Visitas a la ciudad.
- Visitas a lugares históricos.
- Playas y sol.
- Actividades náuticas.
- Guías locales.
- Traductores.
- Transporte turístico y rentas.
- Alojamiento.
- Restaurantes.
- Centros nocturnos.
- Centros recreativos.

3.2.3 Competitividad

La ciudad de Cienfuegos a pesar de estar representada por cinco polos turísticos donde se ofertan actividades pues que atraen muchos turistas, tenemos competencia como:

••• Trinidad: La Villa de la Santísima Trinidad fue la tercera villa fundada por la Corona española en Cuba, a principios de 1514. La villa se fundó con la presencia del Adelantado Diego Velázquez de Cuéllar, y fue evolucionando con rapidez, gracias a la actitud emprendedora de sus habitantes, lo cual le permitió ser una de las más prósperas de la mayor de las Antillas. La labor de conservación y restauración emprendida por los especialistas de esta zona del centro sur de Cuba, y el amor que profesan a su ciudad sus habitantes, propició que sea una de las ciudades coloniales mejor conservadas no sólo de Cuba, sino también de América, e inscribirse en la Lista del Patrimonio Mundial

de la Humanidad por la Unesco junto al Valle de los Ingenios en 1988. Tiene muchos lugares de interés donde es muy visitados por turistas y demás.

••• Escambray: La sierra recibió el nombre de Guamuhaya de los indígenas que habitaban la zona antes de que llegaran los europeos en 1492. El Macizo de Guamuhaya se subdivide en dos grandes grupos, Alturas de Trinidad, al noroeste y Alturas de Sancti Spíritus al sudeste. Se caracteriza por sus abruptas quebradas y hondos valles, la exuberancia de su vegetación, la gran diversidad de su flora y fauna autóctona, grandes sistemas de cuevas, bellos paisajes, y sus ríos, cascadas y ollas de aguas cristalinas. El Escambray es rico en recursos minerales pero no se están explotando debido al peligro que su explotación representa para el medio ambiente.

••• Península de Zapata: Al sur de la provincia de Matanzas se localiza la Península de Zapata, uno de los ecosistemas más importantes de Cuba y la mayor reserva de humedales del Caribe insular. Su panorama natural es muy rico y sirve de hábitat a una flora y fauna excepcionales, caracterizadas por su alto nivel de endemismo. Dentro de la Península se localiza el Gran Parque Natural Montemar, que permite al visitante entrar en contacto con las playas, bosques exóticos, manglares, extensos ríos y lagos naturales, cavernas inundadas que se comunican con el mar, piscinas naturales y fondos submarinos de particular belleza que facilitan la iniciación en el buceo y su ejercicio diurno y nocturno, así como del espeleobuceo. Entre los sitios de interés del Parque está el sistema espeleológico abierto a lo largo de 70 kms., con cuevas en las que, por derrumbes parciales de sus techos, se han formado lagunas semicirculares en su superficie, a las que se les denomina cenotes. Aquí pueden practicarse también diversos deportes como el senderismo, ciclismo, trekking, hikking, cabalgatas y paseos en bote, o acudir a los refugios de fauna y corredores internacionales de aves para contemplar especies autóctonas y migratorias. Imprescindible visitar Guamá, la Laguna del Tesoro, el Zoo-Criadero de Cocodrilos y el Museo de Playa Girón.

3.2.4 Oportunidades

Cienfuegos es una ciudad que está clasificada como Patrimonio Cultural de la Humanidad, por ello se cuenta con varios puntos de interés (ver anexo 2.3), además la ciudad posee una estratégica posición al centro sur del país en

estrecho vínculo con el Caribe. Es Cienfuegos una Ciudad Costera desarrollada junto a la Bahía de Jagua, también llamada Bahía de Cienfuegos (su accidente geográfico de mayor relevancia), que constituye uno de sus principales elementos distintivos. Está caracterizada por un agradable ambiente marítimo con magníficas visuales hacia el mar y gran arraigo de las actividades náuticas que forman parte de sus tradiciones. Es conocida como “La Perla del Sur y La Linda Ciudad del Mar”. Aprovechando las riquezas de la ciudad podemos lograr de Cienfuegos un Polo Turístico integrado y fortalecido a partir de sus potencialidades para que se constituya en uno de los destinos más competentes y atractivos del centro sur de Cuba, de la siguiente manera:

- El arribo de turistas puede satisfacerse con un incremento mínimo de capacidades de alojamiento.
- Fuerte atracción por la ciudad y su entorno para el desarrollo de programas nacionales e internacionales de cooperación.
- Protección y rehabilitación del Patrimonio.
- Crecimiento del turismo de ciudad.

Además, en aras de mejorar la calidad de vida en la localidad, aumentar el turismo en cada uno de los productos turísticos que ofrece la ciudad de Cienfuegos y mejorar la economía de nuestra provincia se pueden realizar futuros trabajos donde se profundice más en determinadas oportunidades respondiendo a las siguientes preguntas como una guía:

1. ¿Cómo lograr mantener los clientes actuales x?
2. ¿Cómo mejorar la oferta x para hacerla mejor que los competidores?
3. ¿Cómo aumentar la capacidad de la oferta existente x?
4. ¿Qué ofrecer para satisfacer las demandas insatisfechas x actuales y/o perspectivas?
5. ¿Qué ofrecer para satisfacer los segmentos x no atendidos?
6. ¿Qué ofrecer para satisfacer los nuevos deseos x?
7. ¿Qué ofrecer para dar respuesta a cambios x en el escenario (económico, social, político, etc.).
8. ¿Cómo lograr la integración con x (destinos, empresas y/o instalación turísticas) para mejorar el valor de la oferta?

3.3 Estructurar el producto.

En la estructuración del producto se tuvieron en cuenta las normativas establecidas como resultados del Plan de Ordenamiento Territorial, de los Planes de Manejo, de los Estudios de Capacidad de Carga y Evaluación de Impacto Ambiental, entre otros, así como las restricciones o limitantes que imponen las características de los componentes geográficos como clima, relieve, etc., en la ciudad de Cienfuegos estas restricciones son:

- Insuficiencia de Redes Hidrotécnicas que den repuesta al desarrollo turístico previsto.
- Insuficiente Red Extrahotelera de servicios y apoyo a la actividad turística.
- Recursos financieros limitados para poner en explotación áreas con potencial que requieren de infraestructura costosa.
- Instalaciones hoteleras en explotación que no cumplen con requerimientos y normas de la Hotelería Internacional.
- Fachada marítima deteriorada.
- Déficit de áreas de parqueos en el Centro Histórico Urbano.
- Locales ocupados con funciones no afines e incompatibles.
- Falta de diseño de mobiliario urbano.

3.3.1 Potencialidades

El Plan Provincial de Ordenamiento Territorial trazó una política encaminada a la protección, conservación y rehabilitación del patrimonio e identidad que conjuntamente con la Estrategia del Plan General de Ordenamiento Urbano de actualizar e implementar el Programa de Desarrollo del Turismo contribuirán a obtener una posición importante y un desarrollo acelerado de la ciudad como Polo Turístico, a partir del aprovechamiento de las potencialidades del territorio para que se constituya en uno de los destinos más competentes y atractivos del centro sur de Cuba.

- Centro Histórico declarado Patrimonio Cultural de la Humanidad.
- Posición geográfica estratégica al Centro y Sur de la Isla.
- Accesibilidad marítima, área y terrestre.

- Amplio potencial para el desarrollo de actividades náuticas y el buceo.
- Potencialidad en áreas libres en zonas favorables para implementar la actividad turística de alojamiento y servicios extrahoteleros.
- Infraestructura de alojamiento existente y en explotación.
- Existencia de valores paisajísticos, históricos – arquitectónicos y urbanísticos favorables.
- Existencia de sitios declarados Monumentos Nacionales.
- Nuevos actores y fuentes de financiamiento.
- Interés de inversionistas de ocupar áreas centrales de la ciudad.
- Implementación o existencia de programas de reanimación y mejoramiento de la imagen de la ciudad.
- Existencia de escuelas de formación para el turismo FORMATUR.

3.3.2 Objetivo

Como define el Dr. C. Carlos Funcia Morán el objetivo es: “la aspiración, el propósito, el para qué se desarrolla el proceso de mejora o diseño de productos turísticos, que presupone la solución del problema (el ¿por qué?), precisado como oportunidad”. En caso de la ciudad de Cienfuegos observando la demanda y las oportunidades, además de que se quiere Consolidar la imagen turística a partir de las potencialidades son:

Recuperar las edificaciones con valor patrimonial, histórico y arquitectónico para la implementación de funciones turísticas y recreativas.

- Preservar las áreas libres para la incorporación de inversiones turísticas y recreativas.
- Completar la red extrahotelera de servicios y de apoyo a la actividad turística.
- Revitalizar y reforzar la actividad náutica en la bahía.
- Aprovechar los valores identitarios.

Además la formulación de los objetivos se puede atender en cuanto a:

- Satisfacer demandas insatisfechas actuales o perspectivas.
- Satisfacer deseos de segmentos no atendidos.
- Satisfacer nuevos deseos.

- Lograr preferencia con respecto a los productos de los competidores.
- Perfeccionar la eficiencia y eficacia.
- Ampliar la oferta de productos existentes.
- Otros.

Todo se logra mediante la mejora o diseño de productos turísticos que pueda ofrecer nuestra localidad.

3.3.3 Ideas de Productos

Para el logro de nuevas ideas se analizó en dos direcciones que son las siguientes:

- Mejora del producto existente mediante el agrupamiento de atractivos, actividades, servicios y equipamientos (que se analizaran posteriormente), o la mejora o incorporación de algunos de ellos nuevo, de forma que pueda ser percibido como algo nuevo e interesante.
- Diseño de un nuevo producto con algunos atractivos nuevos, actividades, servicios y equipamientos, en correspondencia con la demanda del mercado – segmento no atendido o que forma parte de la estructura de mercado – segmento actual o potencial del destino, empresa y/o instalación turística donde se gestiona el proceso.

Dentro del área de actuación turística existen importantes recursos y atractivos que junto con la ciudad y la bahía definen el producto turístico, amplían las ofertas además de que se pueden mejorar o diseñar el producto para el turismo:

- **La ciudad:** Dada en llamar “ La Linda Ciudad del Mar ” posee ambientes, edificaciones conjugadas armónicamente con el perfecto trazado de sus calles que unido a su historia, costumbres y tradiciones le imprimen valores irrepetibles en un contexto geográfico envidiable. De gran homogeneidad estilística a la que se une la esplendorosa tipología constructiva de finales del siglo XIX y principios del XX, consolida su actual imagen urbana considerada un caso cimero del urbanismo cubano del siglo XIX. Se destaca además por sus valores históricos culturales y gran arraigo y tradición de las actividades náuticas, que constituyen uno de sus rasgos distintivos. La ciudad está servida por una infraestructura vial que favorece su vínculo con la subregión

Cienfuegos y sus Polos Turísticos sobre los que ejerce influencia directa y donde se conjugan variados atractivos turísticos que conforman una oferta integral y constituyen su principal fortaleza. Las relaciones funcionales entre la ciudad y el sector Rancho Luna-Pasacaballo se establecen a través de la avenida 42 o avenida 5 de Septiembre, vía turística que además se enlaza con el Circuito Sur que accede a Trinidad y al macizo montañoso del Escambray. El sector Rancho Luna-Pasacaballo es un sitio privilegiado para el turismo de sol y playa, donde el mayor potencial para conformar el producto turístico lo constituye fundamentalmente la Playa Rancho Luna, balneario por excelencia de los cienfuegueros y donde existe una infraestructura creada en función de la actividad recreativa de la población. Este sector cuenta con tres hoteles dedicados al turismo internacional y una villa dedicada al turismo nacional, existiendo áreas libres con potencial para el incremento y ubicación de otras instalaciones de alojamiento y el reforzamiento de los servicios extrahoteleros. Otro atractivo turístico de este polo son los valles submarinos y formaciones coralinas relevantes con potencial para el buceo a lo largo de toda la costa rocosa y la existencia de zonas para el desarrollo del turismo de naturaleza.

••• **La bahía:** Se extiende en 88km² de superficie y 100km de longitud de litoral. La bahía es accesible desde todos sus puntos, destacándose en ella la profundidad, resguardo y posibilidades comerciales de su puerto. El paseo marítimo a través de la bahía permite disfrutar de exuberantes paisajes naturales que se mezclan con el azul intenso del mar y la serenidad de sus aguas, así como otros puntos de interés como son: La Fortaleza de Nuestra Señora de los Ángeles de Jagua y las comunidades marineras El Castillo y El Perché. Existen tres cayos dentro de la Bahía de Cienfuegos cuyo atractivo fundamental lo constituye su relativo aislamiento y son: Cayo Carenas, Cayo Ocampo y Cayo Alcatraz. De ellos Cayo Carenas y Cayo Ocampo presentan potencial para la explotación turística.

••• **La Laguna de Guanaroca.** Se encuentra situada en el lóbulo oeste de la bahía, en el sector sureste. Ocupa un área de 202km² aproximadamente con un canal de 0.2 Km. de largo que lo comunica con la bahía. Es un área protegida donde existen importantes valores florísticos y faunísticos con variadas especies entre los que se destaca el flamenco rosado entre otros.

••• El Jardín Botánico y su vínculo con la Universidad de Harvard. Monumento

Nacional uno de los más importantes del mundo que atesora una de las diez colecciones de palmas más completas entre otras variedades exóticas y de marcado interés botánico.

- El Central Pepito Tey con su asentamiento vinculado al Jardín Botánico.
- Loma del Convento. Importante sitio arqueológico donde estuvo ubicada la Encomienda de Fray Bartolomé de Las Casas y se produjo su histórica defensa a la población aborígen.
- Cayo Ocampo. Sitio arqueológico donde existió un asentamiento aborígen de cultura agro-alfarera.

3.3.4 Nombre del producto

Según el Dr. C. Carlos Funcia Morán el nombre del producto “constituye una unidad de trabajo científico que se especifica fundamentalmente dentro de una demanda – segmentos determinada como una oportunidad y el beneficio de una oferta (¿Qué ver?, ¿Qué hacer? Y servicios) orientados a su satisfacción. Debe de ser expresado en forma sencilla y en líneas generales”.

“Vacaciones abrazadas a la historia, cultura y costumbres de la ciudad de Cienfuegos”

3.3.5 Atractivos y actividades

Atractivos: En el análisis de la potencialidades existente en el inventario de los recursos turísticos (naturales, históricos, culturales – patrimoniales, eventos, etc.)Y la conversión en atractivos se debe tener en cuenta cualidades como:

- Accesibilidad: los lugares más atractivos de Cienfuegos tienen fácil acceso desde las vías principales que permiten las relaciones tanto con la propia ciudad como con instalaciones y polos turísticos fuera de ella, la existencia de esta instalación en la ciudad resulta muy ventajosa para el desarrollo del turismo. El desarrollo de la ciudad junto a la bahía favorece su accesibilidad por vía marítima, a la vez que constituye uno de sus más valiosos recursos turísticos.

1. Autenticidad: en la ciudad existen atractivos que no han sido creados por el hombre, lo cual eso puede interesarle más al turista, ejemplo: La vinculación montaña-mar permite apreciar cuevas y grutas de valor

arqueológico que pueden ser utilizadas como soporte al desarrollo del turismo espeleológico y, particularmente, el espeleobuceo.

2. Singularidad: existen novedades de atracción que pueden atraer más turistas, o sea, existirá un carácter diferenciador con respecto a las atracciones que ofreceremos.
3. Posibilidad de realización de actividades complementarias: existen posibilidades de oferta de actividades compatibles con las atracciones principales que motivaron a los turistas a su viaje.
4. Calidad: esta es expresada a través de una buena respuesta respecto a la relación de oportunidades y potencialidades que tiene actualmente la ciudad de Cienfuegos.
- 5.

Actividades: las actividades a realizar deben estar estrechamente relacionadas con los atractivos que integran el producto. En la ciudad de Cienfuegos se pueden hacer variadas actividades tanto en la misma ciudad que fuera de ella como son algunas:

- ✓ actividades náuticas como uno de los principales recursos y atractivos de la ciudad.
- ✓ actividades comerciales, de servicios, gastronómicas, religiosas, culturales, educacionales y administrativas, que comparten el territorio junto a la función residencial.
- ✓ actividades sociales y políticas
- ✓ actividades culturales que forman parte de las tradiciones de la ciudad como La Peña Campesina.
- ✓ actividades extrahoteleras.
- ✓ • actividades relacionadas con la modalidad de deportes aéreos
- ✓ actividades marítimas y portuarias entre las que se encuentran: Club Náutico, Estación Marítima, Terminal de Cruceros, Centro de Convenciones y Centro Cultural.
- ✓ actividades administrativas y de servicios que incluyen oficinas, salas de conferencias y salas de proyecciones.
- ✓ Actividades recreativas.

3.3.6 Mix de servicios

En la ciudad de Cienfuegos, según el grado de influencia que tenga el servicio y la relación OPORTUNIDADES – POTENCIALIDADES puesta de manifiesto y el objetivo propuesto, podemos clasificarlo como:

Servicios principales: son los que están orientados a satisfacer las necesidades de los clientes (turistas) como son:

- Servicios culturales y recreativos: Grupos de teatro, Grupos de música, Grupo de danza, Cine – Teatro, Teatros, Galerías de arte, Salas de video, Museos, Bibliotecas públicas, Casa de culturas, Librerías, Centros nocturnos, Instituciones culturales, Oferta artístico – cultural.
- Centros deportivos (ver anexo 3.1).

En los países capitalistas los servicios principales en dependencia del grado de influencia que tenga el servicio con ¿Qué ver? Y ¿Qué hacer?, según la relación Oportunidad – Potencialidad puesta de manifiesto y el objetivo propuesto. Sin embargo en los países socialistas estos servicios serian complementarios.

Servicios secundarios: estos son servicios que reciben los clientes como parte del producto, pero que no tienen una relación directa con la satisfacción de las necesidades, intereses y deseos fundamentales de los clientes, estos servicios se dividen en servicios directos e indirectos.

Servicios directos

Hospedaje: En el análisis documental efectuado se aprecia la existencia de un reducido número de habitaciones en la infraestructura hotelera del municipio, administrada por el MINTUR¹³. El volumen de estas no es suficiente para un turismo patrimonial, que necesita de una fuerte dinamización y accesibilidad a los contendores, expresiones patrimoniales, estancia para el ocio y la actividad de interpretación. Junto a estas capacidades se encuentran la infraestructura privada, formada por las casas de alquiler, concentradas mayormente en el Centro Histórico y Punta Gorda. Existen en el municipio un total de 271 en divisa con 379 cuartos, y 148 casas en monedas nacional con 176 cuartos, favoreciendo la cobertura de alojamiento para un posible desarrollo del turismo

¹³ Se comporte de la siguiente forma: en la ciudad 309 habitaciones y en el Polo de Rancho Luna-Pasacaballo 459 habitaciones, lo que hace un total de 768, esta se distribuye en hoteles y residencias inmobiliarias.

patrimonial (Ver Anexo 3.1). En las observaciones participantes realizadas a estas zonas y los recorridos de campo, observamos alquileres no registrados, los cuales no se cuantifican, pero forma parte de una red que brinda servicios y desde la residencia comunitaria contribuyen a fortalecerlo. Además existen otros tipos de hospedajes como las Casas de Visita (no están destinadas al turismo internacional) y las residencias inmobiliarias. Todas estas infraestructuras poseen condiciones adecuadas (Aguas, climatización, alimentación entre otros). En las conversaciones informales realizadas a los turistas se apreció un interés por el hospedaje en casa de alquiler, por encontrarse en las zonas más céntricas y garantizar la satisfacción de sus necesidades de alojamiento más barato que los hoteles.

En las observaciones y entrevistas a profundidad realizadas a los cuentapropistas de las casas de alquiler se evidenció una empleomanía que satisface las necesidades y alcanza la totalidad de los servicios, incluyendo el transporte¹⁴. Todos declaran poseer una infraestructura básica exigida por Vivienda para estos fines. Llevan sus estadísticas desde dos puntos de vista; uno oficial que entrega a emigración diariamente y contempla informaciones como número de pasaporte, tipo de visa, tiempo de estancia y procedencia, verificadas en las observaciones realizadas a los libros de registros de turistas y una segunda que recoge las repeticiones de los turistas. El 100% de estos propietarios considera que existen obstáculos en este proceso, como los altos impuestos y la no correspondencia entre las cuotas fijas de sus pagos y la estacionalidad del turismo.

Alimentación: La gastronomía es diversa y en dos monedas (en CUC y en Moneda Nacional), se encuentran ubicadas en gran medida en las zonas de estudio, visualizándose que en el Castillo está muy deprimida (Ver anexo 3.1). En la ciudad existen algunos restaurantes que poseen imagen patrimonial como es el caso del Restaurante Covadonga, pero el resto de la red no posee una estrategia encaminada al rescate y puestas en valor del recetario tradicional de Cienfuegos, ni a representar dentro de sus propuestas organizativas y demandas alimentarias a la cultura popular y tradicional. La

¹⁴ Estos datos estadísticos no se controlan, sin embargo en la actualidad constituye unas vías de obtención de ingresos, que emplean en las resolución de sus actividades económicas y legitimizan un tipo de economía domestica, determinada por la llamada pequeña empresa.

situación con los paladares es diferente, concentrándose mayormente en las zonas de estudio, tanto los legales como los ilegales. En las entrevista a profundidad a sus propietarios, se apreció que no cuentan con la infraestructura requerida para el desarrollo de la actividad, en especial la tecnológica y la promocional. Utilizan una empleomanía al igual que las casas de alquiler que brinda servicio de alimentación. En la observación se constató que en el caso de los cocineros el 78,6 % eran profesionales, aunque no utilizan el recetario tradicional de la comida cienfueguera, al no poseer contacto con la información, investigadores e instituciones patrimoniales, además las restricciones legales no le permiten el empleo de insumos procedentes del mar. Emplean diferentes medios para dar a conocer sus servicios, entre los que se encuentran personas encargadas de promoverlos en los espacios públicos, tarjetas de presentación, colocación en guías particulares y sitios de Internet. No ocurre así en el Castillo de Jagua, los cuales no poseen empleomanía y utilizan platos típicos innovados por ellos. Llevan una estadística de sus clientes y la monitorean de forma sistemática, utilizan varios mecanismos de gran atracción turística de carácter comunitario y participativo. En las observaciones realizadas se evidenció un gran empleo de ellos por parte de los turistas.

Transporte: La infraestructura está acorde con los niveles de accesos a la ciudad, este servicio se presta en las dos monedas (en CUC y en Moneda Nacional) (ver anexo 3.1).

El parque de transportación pública para el turismo es insuficiente, aspecto que incide negativamente en su movilidad y estado de bienestar. Existen un grupo de servicios que aunque no están diseñados para el turismo pueden apoyar una posible expansión de este, en las observaciones a las zonas apreciamos que emplean con gran frecuencia otras alternativas de transporte, en especial los bicitaxi y coches de tracción animal por su carácter individualizado y bajos costos. Esta alternativa influye negativamente en la conservación, el sistema de salud de las zonas y la fluidez en el tráfico. Los expertos no reconocen este último como parte de esta infraestructura.

Centro de servicios de información y guía turística: Las zonas de la ciudad estudiadas cuentan con agencias para este servicio (Ver anexo 3.1). Poseen potencialidades para la organización de un turismo patrimonial a través de: buró de información, guías de turismo, diseño de ofertas opcionales, transfer,

entre otros, pero no existe la infraestructura informativa para el turismo patrimonial. Recientemente se crearon los buró de información turística, en los estudios realizados a sus guías apreciamos serias dificultades comunicativas de carácter histórico-patrimonial y de orientación en cuanto a los valores de autenticidades del territorio. Las comunicaciones existentes en las instituciones patrimoniales tienen una visión lineal y tradicional de la visita guiada, sus discursos están alejados de las exigencias de la interpretación. Los turistas en las conversaciones informales realizadas, consideran que su orientación en la ciudad es adecuada por su trazado, pero carece de una señalización efectiva y de una interpretación activa que les permita leer la ciudad. Reciben orientación de la población fundamentalmente hacia paladares, discotecas, tiendas y casas de alquiler.

Conocimiento patrimonial: El conocimiento patrimonial forma parte indisoluble de la infraestructura, pues de él se deriva todo el trabajo con la puesta en valor de los recursos patrimoniales. Los incorporados a la actividad turística en casa de alquiler y paladares poseen el siguiente nivel cultural, el 64,70% son graduados universitarios, el 30,59% poseen 12mo grado y el 4,71% tienen nivel medio superior. Esto demuestra sus potencialidades culturales e intelectuales para el turismo patrimonial. En el proceso investigativo distinguimos conocimiento de elementos tales como: la programación de instituciones de recreación, culturales, hoteles, eventos deportivos, gastronomía, cabaret, bancos y centro lúdicos, así como publicaciones de Guías Turísticas. Existen tres de estas infraestructuras de carácter privado con programas digitales actualizados que le ofrecen información al turismo. No ocurre así con el nivel de conocimiento existente respecto a los elementos distintivos enunciados por la UNESCO para la declaratoria de Cienfuegos como Patrimonio Cultural de la Humanidad, careciendo de información acerca de los valores intrínsecos, las legislaciones, la comercialización artística, el Patrimonio Inmaterial y la historia regional de Cienfuegos. Solo reconocen la existencia de instituciones vinculadas con la expografía del patrimonio como los museos, jerarquizando el Museo Provincial, la Fortaleza Nuestra Señora de los Ángeles de Jagua y el Museo Naval, instituciones que sugieren a sus clientes. En las conversaciones informales, los turistas solo distinguen como centro de interpretación al Museo Provincial por la información que brinda acerca de la historia y la cultura local.

Los documentos de planificación territorial no son ajenos al tratamiento del Patrimonio Cultural y de sus posibilidades como recurso. La primera área de resultado clave (ARC) del PGOU, está dedicada al tratamiento del Patrimonio Cultural y sus diversas expresiones con una responsabilidad institucional y organizativa: el CPPC, enunciado en el eje estratégico # 1 denominado “protección y preservación del desarrollo local urbano.” El Plan de Ordenamiento Turístico destaca la necesidad de caracterizar los atractivos fundamentales del Patrimonio Histórico Documental y el Patrimonio Inmaterial, pero no tiene en cuenta las estrategias de interpretación, elaboración de narrativas y marcas patrimoniales que necesita la gestión patrimonial, aspecto este que limita el pensamiento para la proyección del turismo patrimonial .

Servicios indirectos

Servicios bancarios y financieros: Tiene dos funciones, una como actividad económica y otra como manifestación patrimonial, se ubican en el centro de la ciudad, en edificios patrimoniales rehabilitados y refuncionalizados, así el turismo puede contar con acciones bancarias suficientes para asegurar su estancia y tramites financieros, a la vez que disfrutar su arquitectura histórica. (Ver anexo 3.1).

Comunicaciones: El sistema de comunicaciones de la ciudad se sustenta en diversas prestaciones administrados por la Empresa de Telecomunicaciones de Cuba. ETECSA, posee servicio de telefonía pública y privada, atiende todo el sistema institucional, empresarial y poblacional. Existen también los tele puntos con servicios integrales de comunicaciones con el exterior y redes de comunicación digital, aunque con lentitud tecnológica y comercial, lo que ofrecen una imagen desfavorecedora del fenómeno. Otra problemática es el uso de INTERNET, se explota solo en la red de hoteles y en los tele puntos, asistencia esta que los turistas consideran cara, con poca accesibilidad y muy puntualizada. En el Castillo de Jagua, existen dificultades con la existencia de facilidades de pares, de transmisión, entre otros.

Tiendas minoristas: Este sistema se ubica en edificios patrimoniales, se concentran mayormente en el CHU, y comercializan mayoritariamente en divisas (Ver anexo 3.1).

Existen varias investigaciones de FORMATUR que tratan la problemática sobre la identidad corporativa, pero se insiste en una imagen comercial, alejada de

las exigencias de la marca patrimonial, solo ARTEX y el FCBC, empresas dedicadas a la comercialización del arte y la artesanía se acercan a las necesidades de esta. Cultura y deporte: Para el desarrollo del turismo este organismo cuenta con un Convenio instituido ministerialmente que proyecta el turismo cultural y dentro de el al patrimonio como uno de sus atractivos, pero no existe un diseño del turismo patrimonial como un tipo de turismo cultural. En la actualidad existe una infraestructura basada en un sistema organizacional que recoge todas las manifestaciones artísticas y culturales del territorio (Ver anexo 3.1), a la cual se incorporan organizaciones no gubernamentales que promueven las vanguardias artísticas del como la Unión Nacional de Escritores y Artistas de Cuba (UNEAC) y la Asociación Hermanos Saiz (AHS), ambos miembros del Convenio Cultura-Turismo-UNEAC. En las observaciones realizadas y el análisis documental efectuado a las evaluaciones del Convenio, apreciamos que el sistema institucional está deprimido por las siguientes razones: carencias de recursos necesario y eficaces que respondan a una programación atrayente que exige el turismo cultural, el estado físico y ambiental de las instituciones culturales e incoherencia entre la política de relación económica y financiera para el desarrollo de la actividad, poco empleo de las manifestaciones patrimoniales que pueden rezemantizarse para el turismo. El 80% de los expertos integrantes de la comisión Cultura-Turismo desconocen los principales criterios de la administración en la gestión del turismo patrimonial. La gestión se desarrolla a partir de productos culturales vinculados con figuras artísticas con significativos rasgos de autenticidad, promociones de la música, cursos de capacitación y espectáculos de cabaret. Ninguno de los proyectos estudiados posee marca patrimonial y por ende no se encuentran gestionado. Es significativo destacar que no se recoge y analiza las estadísticas de turistas que visitan las instituciones culturales, excepto en la red de Patrimonio y el Teatro Tomás Terry.

En las conversaciones informales, los turistas plantean la carencia de un turismo patrimonial, como en otros sitios interpretados, ubican a la oferta turística que reciben como de sol y playa y nunca patrimonial, la ciudad no se encuentra adecuadamente interpretada y existe ineficiencias en la programación después de las 7.00 p.m. con reiteraciones de los programas artísticos.

Situación similar ocurre con el Deporte, pues esta institución posee dentro de sus prácticas expresiones patrimoniales como las regatas y los deportes náuticos, que no están contemplados en estrategias turísticas alguna, incluso las más significativas que fueron las competencias de Gran Prix, promotora una imagen que colocaba a Cienfuegos como la Capital Náutica de Cuba, no continuaron desarrollándose por dificultades financieras y organizativas.

Servicios de limpieza: Esta infraestructura es de significación para el turismo patrimonial en la localidad, al ser esta una de las dimensiones tenidas en cuenta dentro de la declaratoria para cualificar el contenedor, por eso, existe como ARC en el PGOU, implicando a Comunes. El servicio de limpieza se desarrolla en un horario específico que no incida en la dinámica de la ciudad y mantenga su imagen higiénica. Si se proyecta como recurso patrimonial puede ser un atractivo del turismo en la ciudad. En las encuestas aplicadas a los actores sociales y turistas refieren que la limpieza favorece la estancia, la embellece y distingue a Cienfuegos dentro de las ciudades cubanas.

Centros recreativos y lúdicos: La ciudad cuenta con un grupo de instituciones distribuidas en su mayoría en las zonas estudiadas, excepto en el Castillo de Jagua. La mayoría se encuentran en edificios¹⁵ antiguos refuncionalizados o en espacios coloniales reconstruidos como es el caso de Tropisur (Ver anexo 3.1). Los servicios recreativos sólo representan el 4%¹⁵ de los servicios de la ciudad. Funcionan principalmente en horario nocturno y los fines de semana, con una programación que se caracteriza por actividades culturales y artísticas vinculadas al ocio, la gastronomía y el comercio. Estos centros recreativos además expenden comidas y bebidas en ambas monedas, el 25% de ellos pertenecen al MINTUR (Ver anexo 3.1). Es de señalar que en las observaciones realizadas apreciamos que excepto el Costa Sur, el resto no poseen una caracterización cultural o artística y emplean con poca frecuencia los contenidos patrimoniales para su comercialización. Solo el Club Cienfuegos aprovecha su condición de Premio Nacional de Conservación. Los centros lúdicos para el turismo no son abundantes, los existentes se encuentran en un 100% en las zonas estudiadas, un ejemplo de ello son: la bolera y las canchas deportivas, la primera es la más empleada como atractivo turístico. También los

¹⁵ Ibidem 114

paseos marítimos son ofertas recreativas que se materializan desde la Base Náutica, ubicada en el Club Cienfuegos, la cual brinda servicio a turistas independientes que solicitan atraque, avituallamiento y de charter. En las observaciones realizadas a las programaciones culturales recreativas (6 a cabaret, 5 a restaurantes y cafeterías, 2 a discotecas, 5 a plazas polivalentes, 5 a centro recreativos) apreciamos muy poco empleo de los contenidos patrimoniales, se trabaja con insuficiencia los símbolos locales y las expresiones inmateriales del territorio. No ocurre así en la danza, los diseños de vestuarios y las escenografía, donde si se emplean signos locales, símbolos de la religiosidad popular, los entornos y monumentos cienfuegueros. Es de señalar que en las conversaciones informales con los participantes y turistas estos manifiestan preferencias y satisfacción por los espectáculos brindados.

Servicios comerciales: Cienfuegos al igual que muchas de las ciudades cubanas poseen estos servicios de forma monocéntrica, concentrándose un gran número de ellos en las zonas de estudio, excepto en el Castillo, los cuales se han desplazado a la Ciudad Nuclear (Ver anexo 3.1). Predominan en las áreas que conforman el centro tradicional las instalaciones dedicadas a panadería, pescadería, mercados agropecuarios y mercados especiales, promoviendo una animación diurna por la amplia participación de la población local, lo que evidencia un fuerte proceso de gentrificación en el contexto urbanísticoarquitectónico.

Los de mayor empleo por los turistas según las observaciones efectuadas son a los mercados ideales y agropecuarios, los cuales llaman su atención por su actividad comercial, las ofertas brindadas y la interacción sociocultural desarrollada en ellos, además de constituir un aspecto esencial en las identidades urbanas del siglo XIX.

Servicios de toma de videos y fotografías: Todos se encuentran concentrados en las zonas estudiadas tanto los estatales como los privados, en dos monedas (en CUC y en Moneda Nacional), con tecnología adecuada y un servicio eficiente, comercializando insumos y equipos para este fin. En las observaciones realizadas a estos locales, apreciamos que los ubicados en el Boulevard son los más empleados por la población y los turistas.

Playas de la ciudad: Su inserción en el entorno urbano le confiere características peculiares que repercuten notablemente en sus condiciones

ambientales, se encuentran sometidas a una fuerte presión urbanística¹⁶, presentan problemas por carencia de financiamiento y gestión para la ejecución de proyectos integrales que garanticen su mejoramiento ambiental, no existe un cuerpo regulatorio y contravencional específico que garantice su correcto uso y se desarrollan indisciplinas sociales contra su mantenimiento y conservación, observada en los trabajo de campo. Los expertos desconocen la existencia de un plan de económico para el turismo patrimonial, el 76,4% considera que en caso de existir no se ha comunicado y no lo aprecian dentro de los programas de desarrollo local. Sin embargo en el análisis documental al PGOU encontramos que el mismo posee en sus estrategias hasta el 2015 por etapas, el presupuesto para estos fines. Los expertos en un 88,2% plantean que el concepto de sostenibilidad no se emplea en el planeamiento estratégico, pero lo reconocen y ubican en la proyección y empleo eficaz de los recursos materiales y financieros. El 70,1% lo centran en los insumos necesarios para la actividad turística y en el diseño y mantenimiento de las ofertas de ocio y el 29,4% dentro de la sostenibilidad, la necesidad de la conservación para el rescate y el disfrute en las próximas generaciones de las expresiones patrimoniales. Solo los especialistas del CITMA e DPPF reconocen la visión sostenible del Patrimonio. No obstante en el espíritu del PGOU y del Plan de Ordenamiento Turístico se contemplan las perspectivas del desarrollo sostenible para el Patrimonio Cultural y Natural. Estas opiniones contrastan con la visión de la conservación del Patrimonio Cultural, donde las los expertos concuerdan en un 76,4% al reconocer el buen estado de conservación y atracción del Patrimonio Arquitectónico, el resto reconocen obstáculos motivados por el mal estado de conservación de algunos conjuntos urbanos que desfavorecen la imagen de la ciudad, de la cual no podrán disfrutar las próximas generaciones. Un 88,2% identifica la necesidad de destinar los recursos provenientes del turismo para la conservación, en un rango entre un 10 y un 25 %, pero plantean que el destino y uso debe ser participativo e integral, constituye esta perspectiva una fortaleza para la proyección de los recursos patrimoniales y las estrategias de conservación que requiere la gestión.

Servicios generales:

Niveles de Accesos a la ciudad: La ciudad posee adecuados niveles de acceso centrados en tres vertientes fundamentales, terrestres, marítimas y aéreas, en esta última cuenta con el Aeropuerto Jaime González, empleado principalmente para el movimiento turístico. La diversidad de accesos es una de las potencialidades que se cuenta para el turismo patrimonial.

Servicios de salud pública: Para el desarrollo del turismo y en especial su seguridad existe una infraestructura anclada en la política de prevención de la salud cubana (Ver Anexo 3.1). La imagen de salud pública es adecuada e influye en los niveles de seguridad del destino. En la actualidad se evidencia que dentro de esta infraestructura aparecen servicios administrados por el MINTUR, convirtiéndose en una oferta turística, los mismos se encuentran en su mayoría en las zonas escogidas.

Seguridad Ciudadana: La seguridad ciudadana es de gran importancia en el territorio, se organiza desde diversas vertientes, entre las que se encuentran: la Policía Nacional Revolucionaria (PNR), la actividad ciudadana y cívica de los pobladores, así como la estructura institucional creada en hoteles, casas de alquiler y en el actuar barrial que favorece la visión de seguridad del visitante.

Servicios de migración extranjería y consultoría jurídica: Los servicios de migración y consultoría jurídica existente en la ciudad se amparan en la actividad de la Aduana General de la República de Cuba, Inmigración y Extranjería y Consultoría Jurídica, las que se encuentran dentro del CHU (Ver anexo 3.2), esto es un ejemplo del proceso de terciarización producido en este contexto.

3.3.7 Equipamientos e infraestructura

Estos son los medios específicos para satisfacer las necesidades, intereses y deseos de los clientes. Los mismos permiten viabilizar y materializar las ofertas.

Equipamiento: Acceso a la computadora para tener información más detallada de la cultura de Cienfuegos, medios audiovisuales, radio, televisión, plegables, etc.

Infraestructura: Medios para llegar a la información: bibliotecas, centro histórico, museos, prado, punta gorda, cementerio, puerto, boulevard, malecón, Oficina del Conservador, Patrimonio, etc.

3.4 Proceso de Prestación.

Luego de haber sido definido el ¿Por qué?, el ¿Qué ofrecer? Y el ¿Para qué? Corresponde en esta etapa definir ¿Cómo hacer? La mejora o diseño de productos turísticos, es decir, como organizar y desarrollar el proceso de presentación al cliente.

Para el logro de la calidad del producto y la satisfacción del cliente, además de tener en cuenta ¿Qué ofrecer?, se debe considerar ¿Cómo hacerlo?, de forma tal que se sea percibido con algo nuevo e interesante para el o los segmentos de mercados al cual está orientado, con la finalidad de que la misma motive su compra y sea sostenible.

En la organización de desarrollo de inicio a fin del proceso de prestación, hay que prever en el tiempo todos los aspectos necesarios para garantizar la calidad y satisfacción del cliente.

A continuación se abordan los elementos que deben ser analizados para el logro de la organización del producto.

3.4.1 Accesos

Este es el punto de partida de la organización del producto, cuando los clientes encuentran fundamentalmente fuera del espacio geográfico del destino donde se desarrollará el producto. La posición estratégica de la ciudad al centro Sur de la Isla de Cuba y la existencia de una infraestructura vial definida y estructurada espacialmente favorece el vínculo con importantes recursos turísticos de la provincia y del resto del país. Estas vinculaciones se realizan a través de las vías Circuito Sur y Autopista Nacional que atraviesan el territorio. También mediante el ferrocarril nacional por los ramales Sur y Cruces – Santo Domingo que lo une al ferrocarril Central. Formando parte de la infraestructura de transporte se encuentra el Aeropuerto de la ciudad, situado al este y dentro del límite urbano, con fácil acceso desde las vías principales que permiten las relaciones tanto con la propia ciudad como con instalaciones y polos turísticos fuera de ella, la existencia de esta instalación en la ciudad resulta muy ventajosa para el desarrollo del turismo. El desarrollo de la ciudad junto a la bahía favorece su accesibilidad por vía marítima, a la vez que constituye uno de sus más valiosos recursos turísticos. El transporte turísticos y de renta

somos administrados por TRANSTUR actualmente funciona como renta de autos, micro y ómnibus y le favorece a: hotel Jagua, Hotel La Unión, Hotel Rancho Luna, Parque Martí, Aeropuerto Jaime González, Ranchón La Aguada. Ejemplo: El servicio aeroportuario se encuentra ubicado en la ciudad de Cienfuegos en el aeropuerto Jaime González, el cual asimila vuelos de Canadá y de Estados Unidos.

Cuenta con una pista de 2400m de longitud y 45.0m de ancho, y un sistema de iluminación para operar vuelos diurnos y nocturnos, su estado técnico es regular pues requiere de recapamiento de la pista. La Terminal aérea de nueva tecnología inaugurada en el año 2004 tiene una capacidad de 250 pasajeros entrando y 250 pasajeros saliendo.

3.4.2 Transporte

Luego de haberse definido la forma de acceso y transporte al destino y/o para clientes que se encuentran dentro del destino, se debe precisar en fecha y hora todos los servicios de transporte que requiere el producto en el destino, con sus características (marca, capacidad, confort, seguridad, requisitos técnicos, etc.) en correspondencia con la cantidad de clientes, características de los mismos y requisitos para poder recibir los beneficios que ofrece el producto.

Este servicio constituye parte de los servicios secundarios previsto en el ¿Qué ofrecer?

Entre los que se encuentran:

- Traslado al hotel desde la terminal (aérea o naval o de ómnibus).
- Traslado para el disfrute de ¿Qué ver?, ¿Qué hacer? Y de otros servicios.
- Traslado del hotel a la terminal (aérea o naval o de ómnibus).

La ciudad de Cienfuegos cuenta por ejemplo con la administración de TRANSTUR que presenta ómnibus de cuatro estrellas (TV, Música, aire acondicionado y calefacción, silla cómoda), también esta los ómnibus de cinco estrellas (música, DVD, WC, silla cómoda y aire acondicionado y calefacción).

3.4.3 Alojamiento

El alojamiento actual en la ciudad se realiza en los Hoteles Jagua, La Unión y el Hostal Palacio Azul que hacen una capacidad total de 205 habitaciones de

ciudad. Además existe un incipiente desarrollo inmobiliario con 37 habitaciones, 26 en la Inmobiliaria Reina del Sur y 11 en tres residencias inmobiliarias. El turismo de Sol y Playa tiene su destino en los Hoteles Rancho Luna, Faro Luna y Pasacaballo con un total de 459 habitaciones en hoteles, incluyendo 12 cabañas (24 hab.) para turismo nacional para un total de 483 habitaciones en el polo, lo podemos apreciar más detallado en el anexo 2.4. Ejemplo:

Hotel La Unión. (Calle 31 No. 5401 esq. Avenida 54 (Antigua De Clouet esq. San Fernando).

El Hotel Unión, constituye uno de los hoteles más antiguos de la ciudad de Cienfuegos. El inmueble de estilo neoclásico, es una construcción civil de 3 niveles, con dos patios interiores de pasillos volados y aparentes apoyos de pie derechos. Presenta dos fachadas a calles principales, con acceso principal por la Calle De Clouet. Sus 3 niveles se diferencian por elementos funcionales, formales, proporcionales y puntales. Construido en la segunda mitad del siglo XIX, queda conformado por elementos rectilíneos, reguladores y modulados que se repiten por ambas fachadas. Pisos de mármol, losas remesas y losetas hidráulicas. El Hotel fue fundado por Faustino Robés, de gran lujo para la época, con una ubicación en uno de los lugares más céntricos de la ciudad. Convirtiéndose en un lugar de fama y de concurrencia nacional e internacional. Reconocido desde su fundación por la calidad de sus servicios, su especial comida francesa y el adelanto de contar con alumbrado eléctrico en todos sus locales. Constituyó uno de los edificios públicos de mayor intercambio social de la época. Se hospedaron en él personalidades de diferentes géneros y jerarquías como: José Raúl Capablanca, Ana Pavlova, Tomás Estrada Palma, Juan Gualberto Gómez, entre otros. Actualmente la elegancia del lugar, su entorno, la calidad de los servicios y la infraestructura del inmueble, lo han convertido en un espacio apropiado para la celebración de eventos y reuniones sociales y de negocio. El hotel requiere de 49 habitaciones, incluidas 2 suites, 11 junior suites. Todas las habitaciones tienen bañeras, agua fría y caliente, aire acondicionado, televisión por cable, minibar y teléfono.

Restaurante y bares; tienda. Servicios médicos, farmacia, gimnasio, sauna, jacuzzi, piscina, centro de negocios con amplio salón para efectuar eventos de todo tipo. El hotel se encuentra en un sitio donde hay lugares de interés como: centro histórico, teatro tomas Terry, museo provincial, jardines de la UNEAC,

club Benny more, ayuntamiento, castillo de jagua, el prado, palacio de valle y catedral de la purísima concepción.

Hotel Jagua. (Avenida 2 entre Calle 37 (Antigua Avenida Pedro Antonio Aragonés) y Litoral).

El proyecto del Motel - Jagua fue encargado a la firma de arquitectos Eduardo Cañas Abril, siendo ejecutado por los arquitectos Cañas Abril y Nepomechie, el 18 de octubre de 1956 comienza la construcción del inmueble. El sistema constructivo utilizado fue tradicional, siendo fundidos in situ los elementos estructurales, como los pórticos rígidos de la planta baja y los cierres así como las divisiones realizadas en paredes. El gobierno revolucionario concluye el Hotel, inaugurándolo con el nombre de Hotel Jagua el 31 de Diciembre de 1959. Reconocido como un elemento de identidad por sus valores arquitectónicos urbanos y paisajísticos, constituye un valioso testimonio del racionalismo en Cuba, marcado por una gran influencia norteamericana y Le Corbusiana lo que se traduce en su bloque central de 7 niveles, con la planta baja libre para los servicios y el vestíbulo, mientras que los restantes se proyectaron para 144 habitaciones incluyendo 2 suites. Cada habitación posee balcones privados en forma de mirador, que permite el disfrute del exuberante paisaje de mar, su bahía, las montañas del Escambray y la linda ciudad de Cienfuegos. En su arquitectura están presentes las líneas puras, soluciones rectilíneas y sencillas, pues se proyecta como un conjunto abierto sin barreras, en el que su pintoresca fachada principal apaisada presenta una elegante inflexión al centro y a la altura de la caja de elevadores, que destierra toda monotonía; presenta balcones con barandas de vivos colores combinados, los que forman un cuadro pictórico al estilo de Mondrián. Convertido en un símbolo de la ciudad y de la hotelería 4 estrellas cubana.

Palacio Azul. (Calle 37 (Antigua Avenida Pedro Antonio Aragonés) esq. Avenida 12. Reparto Punta Gorda). Residencia construida en 1925, con dos plantas, de mampostería y concreto, (Según el plano levantado por el Ingeniero Civil y Arquitecto Dr. Federico Navarro), propiedad de la familia Menéndez Acebal. Proyectado por el Arq. E Ingeniero Agrónomo Alfredo Fontana Giugni. Este bello ejemplar ecléctico está ubicado en una esquina con jardines al frente, lateral y fondo, rodeado por una cerca perimetral de pedestal y balaustrada. Su fachada principal asimétrica, se desarrolla en el primer y

segundo nivel con vanos adintelados. Su fachada lateral muestra una sección de ventanas adinteladas con carpintería de persianería francesa y vidrio fijo, en la primera planta, y en la segunda de madera y cristal, rematadas por lucetas y dos amplios corredores porticados en forma de terraza que se repiten en los dos niveles. La terminación de la superficie en ambos niveles es con incisiones horizontales. Corona esta excelente joya arquitectónica una singular torre mirador acapulada, que le otorga una gran prestancia a esta residencia que se ha convertido hoy en el Hostal Palacio Azul de Punta Gorda.

3.4.4 Restauración

Son servicios secundarios (excepto en producto turístico gastronómico que constituye el motivo, deseo o expectativa del cliente) que hay que organizar en el proceso de prestación ¿Cómo hacer?, debiéndose definir fecha y hora, así como las características del tipo de restaurante, cafetería y bar previsto en cada momento, comida (buffet, a la carta), especialidad, ubicación geográfica, etc. En la ciudad de Cienfuegos nos podemos favorecer con respecto a los restaurantes, pues existe varios en la zona del centro histórico, un lugar donde todos quisieran ir por su agradable historia y confort como son: restaurantes (Polinesio).

3.4.5 Equipos e infraestructura

Para el logro de ¿Qué ver?, ¿Qué hacer? Y de los servicios como parte del ¿Qué ofrecer?, es necesario dentro del ¿Cómo hacerlo? Organizar elementos tangibles como equipos e infraestructuras que permitan viabilizar la materialización de los mismos.

En este orden se debe definir el lugar, fecha y hora en que se debe de disponer de los mismos, teniendo en cuenta características como marca, capacidad, confort, seguridad, requisitos técnicos, etc.

La organización de los equipos e infraestructuras, tienen una estrecha relación con los servicios previstos, pero fundamentalmente con los Servicios Principales (básicos y esenciales).

Los Servicios Principales, al igual que los aspectos anteriores, deben ser organizados de forma tal, que se dispongan de los mismos en la fecha y hora

necesaria y con las características requeridas para el logro de ¿Qué ver? Y ¿Qué hacer?

3.4.6 Material informativo

Todo lo anterior abordado dentro del ¿Cómo hacerlo?, A través de un material informativo que contenga acciones de promoción marketing y empleo de los recursos patrimoniales que se seleccionen el cual será visualizado en páginas web, pancartas de información y propaganda, plegable, mapas de recorrido, centro de interpretación y exposiciones de guías y usos de patrimonios que se pretende promover.

De igual manera con la creación de un centro de gestión sociocultural que implique las formas y vías de acceso, interpretación y movilidad del turista hacia el recurso patrimonial y enfatizando en sus precios, demandas, ofertas, áreas de influencias, nivel de relaciones interinstitucionales, entre otros

Para ello será imprescindible la proyección e implementación de tendencias de interpretación y lectura patrimoniales para su uso, por ejemplo:

- Museografía.
- Pantallas grandes en la ciudad.
- Plegables.
- Comentaristas.
- Bibliotecas.
- Guías.
- Internet.

3.5 Precio – Viabilidad Medio Ambiental y factibilidad de aplicación del producto mejorado o el nuevo producto.

Para el logro de una correcta relación entre ¿Qué ofrecer? - ¿Cómo hacerlo? – precio ¿Cuánto vale?, se debe prever los costos, gastos ingresos y la posibilidad de compensar la inversión, con el propósito de lograr rentabilidad con precio de venta competitivo. Es por ello, que en esta etapa será objeto de análisis el proceso de prestación ¿Cómo hacerlo?

Determinado en la etapa anterior, a través de aspectos como cotizaciones, el cálculo económico en establecimiento de precio.

3.5.1 Cotizaciones

En este aspecto está orientado a la elaboración de la ficha de costo del producto, para lo cual es necesario realizar el análisis en las dos direcciones siguientes:

1. El inventario de todas las cotizaciones de las prestaciones de servicios previstos en la etapa del proceso de prestación (¿Cómo hacerlo)? De inicio a fin, considerando variantes de diferentes prestatarios según corresponda de acuerdo al tipo de servicio y los estándares de calidad requeridos para el logro del objetivo.
2. El inventario de recurso patrimoniales proyectivo de las posibles cotizaciones de la gestión de mercadeo sobre distribución y promoción, es decir, estas y todas las cotizaciones de los costos indirectos.
3. En la ficha de costo debe tener en cuenta, la influencia del número de clientes (turistas), para determinar los costos fijos y los costos variables.

Los costos fijos son aquellos que no cambian independientemente del número de clientes, mientras que los costos variables son aquellos que dependen del número de clientes.

3.5.2 Cálculo económico

Luego de contar con la ficha de costo, realice los siguientes cálculos:

- Cálculo de los costos variables por clientes.
- Cálculo de los costos fijos por clientes.
- Cálculo de los costos indirectos por cliente.
- Cálculo de los gastos.

A partir del cálculo de los costos y gastos, realizar el cálculo del punto de equilibrio para diferentes variantes de acuerdo al número de clientes que pueden acceder al producto (alto, medio y bajo) y los mercados – segmentos al cual está orientado.

3.5.3 Establecer Precio

Derivado del análisis de los resultados obtenidos en el aspecto anterior, podemos establecer el precio (¿Cuánto vale)? Por mercados – segmentos para

las tres variantes (alto, medio y bajo), teniendo en cuenta además el precio de los productos similares de los competidores de la ciudad que gestiona al proceso de mejora y diseño de producto turístico.

En esta etapa por último desde el punto de vista económico debe realizarse el cálculo de las utilidades que constituye parte de la evaluación de dicha etapa la cual debe hacerse para las tres variantes (alto, medio y bajo) por mercados – segmentos.

En el análisis medio ambiental debe tenerse en cuenta, la factibilidad económica, social y geo-ecológica. Un aspecto a considerar en este sentido es el cálculo de la capacidad de carga, la viabilidad técnica, etc.

En dependencia de los resultados que se obtengan, según los Precios (¿Cuánto vale?) y la Viabilidad Medio Ambiental determinada, se toma una de las decisiones siguientes:

❖ Para resultados NO VIABLES DESDE EL PUNTO DE VISTA MEDIO AMBIENTAL:

Retornar nuevamente a la etapa del proceso de prestación (¿Cómo hacerlo?) o hasta la etapa de la estructuración del producto (¿Qué ofrecer?) y (¿Para qué?).

❖ Para resultados VIABLES DESDE EL PUNTO DE VISTA MEDIO AMBIENTAL:

Pasar a la próxima etapa sobre Distribución y Comunicación.

3.6 Distribución – Comunicación. El producto turístico obtenido, en este caso el recurso patrimonial.

Una vez determinado que el producto mejorado o nuevo, es viable desde el punto de vista medio ambiental, corresponde precisar (¿Dónde distribuirlo?) y (¿Cómo darlo a conocer?), para el logro del objetivo y la solución del ¿Por qué? Preciado como oportunidad.

La distribución tiene como propósito general, lograr que el producto mejorado o nuevo este a la disposición de todos los posibles clientes que lo quieran utilizar. Mientras que la comunicación está orientada a darlo a conocer y motivar su compra.

3.6.1 Agencias de viajes

Las agencias de viajes son empresas que forman parte de la infraestructura de la Organización y Gestión del Turismo con que cuenta la ciudad para el desarrollo de la actividad.

Son los operadores de receptivos dentro de la ciudad y de incentivos fuera del mismo, que su gestión está estrechamente relacionada con uno o más tour operadores.

Dentro de las funciones de los especialistas de las Agencias de Viajes se encuentran las siguientes:

- Recepción en la terminal (aérea o de ómnibus o naval).
- Transfer desde la Terminal (aérea o de ómnibus o naval) al lugar de alojamiento y viceversa.
- Organizar y prestar servicios de guía en excursiones, ruta, circuito, etc.
- Participar en la mejora o diseño de nuevos productos.
- Realizar la negociación con los proveedores de la ciudad.
- Otras.

Entre las Agencias de Viajes de Cuba se encuentran:

- CUBANACAN.
- Havanatur.
- CUBATUR.
- Gaviota.
- Cubamar.
- San Cristóbal.
- AMISTUR.
- Sol y Son.
- Paradiso.
- ECOTUR.
-

En la ciudad de Cienfuegos las Agencias de Viajes (ver anexo 3.1) que se encuentran son:

- Havanatur.
- CUBANACAN.

- CUBATUR.
- Paradiso.

3.6.2 Tour Operadores (TTOO)

Los tour operadores son los encargados de gestionar la venta del producto en los mercados emisores, para lo cual establecen estrecha relación con una o más Agencias de Viajes de la ciudad que oferta el producto.

De ahí el por qué luego de tener un producto mejorado o nuevo que sea viable desde el punto de vista medio ambiental y contar con Agencias de Viajes interesadas en prestar el servicio de receptivo, se deben realizar acciones para entregar a los tour operadores de los mercados – segmentos a lo cual está orientado. Debiéndose tener en cuenta las normas o requisitos de las carteras de los tour operadores.

3.6.3 INTERNET

Los tour operadores aplican cada día más las tecnologías de la Información y las Comunicaciones en su gestión, para lo cual disponen de páginas de INTERNET que tienen hipervínculos con bases de datos de productos existentes.

A través del INTERNET debemos brindar la posibilidad de que se pueda revisar información e imágenes de los productos mejorados o nuevos, con opciones en las bases de datos que permitan de una forma rápida encontrar las posibles informaciones que buscan los clientes.

Nuevos canales de la distribución los constituyen “Los Sistemas de Distribución Global” (GDS) que brindan la posibilidad de hacer la reserva desde una computadora conectada en INTERNET, “Los Sistemas de Gestión de Destino o Destination Management Systems” (DMS) que son puntos de encuentro virtual entre oferta y demanda de la ciudad como por ejemplo www.cubatravel.cu y Canales de Distribución por INTERNET o Internet Distribution Systems (IDS) que son sistemas de distribución basados en INTERNET como único canal de transmisión de información.

3.6.4 Posicionamiento

Para el logro del éxito de la comercialización del producto mejorado o nuevo, no basta con contar con Agencias de Viajes interesadas en prestar el servicio de receptivo, de que los tour operadores tengan el producto y que se encuentre el mismo en INTERNET. Sino también tener una buena visibilidad y espacio en el catalogo de un tour operados en relación a otros productos similares, de forma tal que brinde un carácter diferenciador ante los posibles clientes.

El nivel de posicionamiento, depende del número de páginas con información e imágenes del producto y el lugar que ocupan las mismas dentro del catalogo.

3.6.5 Acciones promocionales

Las acciones promocionales constituyen vías para el logro de la comunicación entre los representantes d la ciudad y agencias de viajes receptivas que oferta un producto mejorado o nuevo, con los posibles clientes de mercados – segmentos y fundamentalmente con tour operadores y agencias de viajes de incentivos.

Entre las acciones promocionales se encuentran:

Ferias turísticas: Es un tipo de evento y un canal más de comunicación, que tiene como propósito divulgar la oferta de productos mejorados o nuevos, entrar en contacto directo con posibles clientes, con agencias de viajes y tour operadores, así como motivar la compra, establecer relaciones comerciales y ampliar los canales de distribución.

Para el logro del objetivo de la Feria, se desarrollan actividades como: conferencias, seminarios, lanzamiento de productos, exposiciones, presentación de productos en stand, visitas, encuentros con agencias de viajes y tour operadores, ruedas de prensa, etc.

Entre las Ferias Internacionales de Turismo se encuentran: FIT CUBA, TopResa Francia, BIT de Italia, WTM Inglaterra, FITUR España, ITB de Alemania.

Viajes de Familiarización: Es una vía de presentación del producto mejorado o nuevo “in situ”, que permite la constatación de las partes componentes del producto (atractivos, actividades, servicios, equipamientos e infraestructuras) por parte de posibles clientes, especialistas de agencias de viajes y tour

operadores. Todo lo cual está orientado a que dichas personas, a partir del viaje, promuevan el producto. Para lo cual es necesaria una correcta selección de los mismos.

Encuentro de empresarios: es otra de las acciones promocionales que se realiza en la ciudad que oferta un producto mejorado o nuevo. Es un encuentro entre los empresarios que ofertan el producto y los empresarios de agencias de viajes y tour operadores, con el propósito de establecer relaciones comerciales. Esta acción promocional es conocida también como Los Workshops, Misiones Comerciales, etc.

Es bueno significar que las dos últimas acciones promocionales, es decir, viajes de familiarización y encuentro de empresarios, pueden ser actividades a realizarse dentro de una feria o de forma aislada.

En sentido general, todas las acciones promocionales, tienen como objetivo promover el producto mejorado o nuevo, motivar su compra, establecer relaciones comerciales y ampliar los canales de distribución.

Para el logro del objetivo en cada una de las acciones promocionales, se debe contar con soportes de apoyo como son: los materiales informativos impresos y audiovisuales.

3.6.6 Mix Comunicacional

El mix comunicacional tiene como propósito, influir en los posibles clientes mediante la información que se brinda, para que compren el producto mejorado o nuevo.

La información en este sentido debe lograr despertar el interés hacia el producto, estimular la compra y propiciar una imagen favorable.

Para el logro del objetivo, entre los aspectos a considerar están los siguientes:

1. Publicidad: Es una forma de información, en la que no media contacto personal y tiene como objetivo informar a canales de distribución y posibles clientes sobre el producto mejorado o nuevo, diferenciarlo con respecto a la oferta de los competidores con vista a lograr fundamentalmente a largo plazo mejorar la imagen, penetrar nuevos mercados – segmentos, recordar y mantener el producto en la mente. Entre los medios publicitarios se encuentran. La prensa, revistas,

televisión, radio, libros, guías, folletos, catálogos, INTERNET, publicidad de exterior (vallas, afiches, etc.), mailing, distribución directa a domicilio, etc.

2. Promoción de Venta: Son acciones de incentivo para la venta (descuentos, rebajas de precios, premios, regalos, degustaciones, etc.) a corto plazo y no permanentes, orientada fundamentalmente a clientes potenciales y profesionales como tour operadores y agencias de viajes, con el propósito de estimular la compra con rapidez y estrechar las relaciones entre las AAVV y TTOO con los clientes potenciales.
3. Relaciones Públicas (RRPP): Son acciones para promover y apoyar la venta de forma continua, mediante la información que brinda sobre el producto mejorado o nuevo, en aras de crear un clima de confianza e imagen favorables para todos.

Entre las actividades a desarrollar se encuentran: conferencia de prensa, divulgar opiniones de personalidades sobre el producto, organizar los viajes de familiarización, presentación de productos, apoyar en actividades en general, etc.

4.-Venta Personal o Fuerzas de Ventas: Son las acciones de comunicación que realizan los vendedores con el propósito de incitar a la compra inmediata del producto mejorado o nuevo.

5.- Otras: Entre ellas se encuentran el Sistema de Información al Visitante, que es atendido fundamentalmente en Cuba por los Centros de Información Turística (INFOTUR) y las oficinas Promoción Tur. Exterior. La Marca Patrimonial, la cual propicia identificar y diferenciar los productos que son similares en relación con el tipo de producto o su utilización. Como identificador del destino Cuba y los destinos internos dentro del país, se encuentran los siguientes:

- ❖ Cuba.
- ❖ La Habana.
- ❖ Pinar del Río.
- ❖ Cayo Largo del Sur.
- ❖ Varadero.
- ❖ Península de zapata.

- ❖ Cienfuegos, la Perla del Sur.
- ❖ Villa Clara.
- ❖ Trinidad de Cuba.
- ❖ Jardines del Rey.
- ❖ Playa Santa Lucía de Camagüey.
- ❖ Holguín.
- ❖ Granma.
- ❖ Santiago de Cuba.
- ❖ Baracoa.

3.7 Evaluación.

La evaluación está estrechamente relacionada con la gestión del proceso de mejora o diseño de productos turísticos y su comercialización, la misma comprueba de forma sistemática en qué medida se logra de forma óptima los resultados deseados, para alcanzar el objetivo (¿para qué?), del modo más eficiente y eficaz, en correspondencia con el concepto de metodología asumido.

Teniendo en cuenta lo anterior, a continuación analizaremos el Control Parcial por Etapas y el Control Final del producto mejorado o nuevo.

3.7.1 Control Parcial por Etapas

El control parcial por etapas garantiza la retroalimentación continua de la gestión del proceso de mejora o diseño de productos turísticos, para lo cual se puede aplicar el método de experto en la valoración, entre otros, de los indicadores siguientes por etapas:

•• **En la primera etapa:** Determinar Oportunidades. Problema (el ¿Por qué?).

O Cifra esperada de clientes por mercados – segmentos con interés, posibilidad y disposición para obtener un producto determinado.

O Posibilidad de satisfacer las necesidades, intereses y deseos de los posibles clientes de forma igual o mejor que los competidores.

•• **En la segunda etapa:** Estructurar el Producto. (¿Qué ofrecer?) y el ¿para qué?).

- Pertinencia.
- Competitividad.
- Sostenibilidad.
- Calidad de los atractivos, actividades, servicios y equipamiento e infraestructura seleccionada.
- Evaluación de la estrategia Producto/Mercado.

Puede hacerse a través de la FODA.

•• **En la tercera etapa:** Proceso de Prestación. (¿Cómo hacerlo?). O Factibilidad.

- Carácter diferenciador.
- Existencia de imágenes necesarias.
- Ordenamiento cronológico de inicio a fin de todos los aspectos necesarios a considerar en el producto.
- Personal de Contacto necesario y preparado.
-

•• **En la cuarta etapa:** Precio – Viabilidad Medio Ambiental. ¿Cuánto vale? Y Factibilidad de Aplicación.

- Relación Precio – Calidad.
- Obtención de utilidades.
- Posibilidad de comprensión de inversiones realizadas.
- Viabilidad medio ambiental.

•• **En la quinta etapa:** Distribución – Comunicación. (¿Dónde distribuirlo? Y ¿Cómo darlo a conocer?).

- Existencia del producto en canales de distribución necesarios y suficientes para el logro de la comunicación.
- Influencia sobre las ventas de los productos existentes.
- Posicionamiento.

3.7.2 El Control Final del Producto Mejorado o Nuevo.

Como parte del control final del producto mejorado o nuevo se recomienda realizar el Cálculo del Índice de Marketing, mediante la aplicación del TEST DE O`MEARA en el cual se tiene en cuenta las siguientes variables e indicadores:

••• Capacidad de Mercado.

- Canales de distribución necesarios.
- Relación con la línea actual de productos.
- Relación precio – calidad.
- Competitividad influencia sobre las ventas de los productos existentes.

••• Vida del Producto/Actividad.

- Duración.
- Amplitud del mercado.
- Influencia ejercida sobre el producto por la estación y coyuntura.
- Exclusividad del diseño del producto.

••• Posibilidad de Funcionamiento.

- Instalaciones de producción que se requiere.
- Personal y tecnologías que se requieren.
- Materias primas requeridas.

••• Potencial de crecimiento.

- Entrada en el mercado.
- Cifra esperada de consumidores finales.

A pesar de los indicadores estudiados en la metodología se pueden analizar además otros indicadores¹⁶ de acuerdo con los criterios en las que se pueden mencionar:

Para el Criterio I: Atributo de Significación

- ✚ Espacios Públicos.
- ✚ Especies de flora y fauna atractiva (raras, carismáticas emblemáticas y en peligro).
- ✚ Alta diversidad biológica.

¹⁶ Aguirre realiza su elaboración propia, a partir del procesamiento estadístico de los resultados del cuestionario a expertos.

- ✚ Escenarios y paisajes espectaculares.
- ✚ Características climáticas favorables.
- ✚ Elevada unicidad del recurso.
- ✚ Tradiciones y valores socioculturales.
- ✚ Hechos y/o monumentos históricos.
- ✚ Construcciones Arquitectónicas Simbólicas.
- ✚ Reconocimiento internacional.

Para el Criterio II: Facilidades de Uso

- ✚ Enlace efectivo a un centro población.
- ✚ Accesibilidad.
- ✚ Sistema de Servicios.
- ✚ Señalizaciones.
- ✚ Compatibilidad del turismo con otras actividades locales.
- ✚ Infraestructura de apoyo turístico.

Para el Criterio III. Uso Actual

- ✚ Nivel de aprovechamiento de los recursos de la zona para el turismo patrimonial.
- ✚ Gestión de los recursos de la zona.
- ✚ Valoración del Recurso
- ✚ Índice de valor de uso del E. N
- ✚ Porcentaje alcanzado (%)

Conclusiones

•• El adecuado diseño de productos turísticos culturales diferenciados parte de las características socioculturales de cada territorio. De ahí que incorporar elementos culturales tradicionales en la capacitación de los recursos humanos del sector turístico, referidos a las especificidades territoriales, constituye un factor clave en la comercialización de destinos que, como Cienfuegos, poseen un fuerte componente cultural.

•• La identificación de los componentes fundamentales de la cultura cienfueguera y su relación con la cultura nacional permite la capacitación acertada de los recursos humanos del sector turístico cienfueguero en tanto se prioriza el conocimiento de los valores y potencialidades culturales del territorio. y los conocimientos sobre la cultura regional favorecen el incremento de modalidades turísticas como el turismo cultural, en destinos tradicionalmente reconocidos por otros atractivos.

•• El conocimiento de temas culturales identitarios del territorio es premisa indispensable para la conformación de productos turísticos sustentables de carácter cultural que relacionen la gestión cultural, el patrimonio cultural y las especificidades que permitan diferenciar el territorio respecto a otros destinos competitivos.

•• La educación cultural facilita la vinculación de la actividad turística y la cultural y favorece la conservación de los valores patrimoniales del territorio desde una perspectiva integradora que visualiza las alternativas y diseños para el desarrollo del turismo.

La metodología elaborada resulta novedosa debido a aportes teóricos a considerar en la gestión del proceso y la integración de conocimientos puesto de manifiesto, brindando la misma el sustento teórico necesario para enseñar a dirigir el proceso de mejora o diseño de productos turísticos en aras de lograr los resultados óptimos deseados para alcanzar el objetivo (el ¿Para qué?) en función de la solución del problema precisado como oportunidad (el ¿Por qué?) del modo más eficiente y eficaz, para lo cual tiene en cuenta:

•• La determinación de Oportunidades en los mercados – segmentos y su relación con las Potencialidades existentes en la ciudad donde se gestiona el

proceso permitiendo como punto de partida orientar los resultados a la obtención de productos pertinentes, competitivos y sostenibles.

- El empleo del Marketing desde el punto de vista de la gestión del proceso, orientado a la satisfacción de las necesidades, intereses y deseos de los clientes (turistas), teniendo en cuenta los competidores (vendedores).
- El desarrollo del proceso, como actividad científica, a través del empleo y contextualización de las categorías de la metodología de la investigación y el análisis de la relación Oportunidades – Potencialidades (ver anexo 2.10)
- La optimización de la gestión del proceso de mejora y diseño de productos turísticos, mediante la modelación de inicio a fin a través de etapas que propician el desarrollo del proceso con un carácter holístico, sistémico y cíclico lo que propicia la disminución de riesgos favorable y posicionamiento del mismo.

Bibliografía

- Acosta, Dalia. (2005). CULTURA-CUBA: Cienfuegos y un patrimonio mundial (Azurina, portal de la cultura en Cienfuegos.). Retrieved from (http://www.azurina.cult.cu/app/internews/ver.asp?news_ID=418), + World Heritage, en inglés (<http://whc.unesco.org/pg.cfm>).
- Aguirre, L. (2009). El turismo patrimonial como alternativa de desarrollo local en Cienfuegos. Aguirre, L., & Soler, D. (2009). Gestión del Patrimonio Cultural. Conferencias del Diplomado Reingeniería del Patrimonio Cultural, UCF, Facultad de Humanidades, Cienfuegos.
- Albuquerque, F. (2006). Desarrollo Económico Local y Diversificación en América Latina. CEPAL (Santiago de Chile): 145 157.
- Ángel, B. F., & Pino, R. (2005). Evolución del concepto de desarrollo e implicaciones en el ámbito territorial: experiencia desde Cuba. En: Economía Sociedad y territorio, vol v, num 17, pp.85-89.
- Asamblea nacional del Poder Popular. CNPC, (2008). Reglamento de las Asambleas Municipales del Poder Popular, Asamblea Provincial de Cienfuegos.
- Ley No. 91 de los Consejos Populares, capítulo 1, artículo 2.
- Ley 1 y 2 de Patrimonio Cultural.
- Becerra, F., & Rodríguez, L. (2002). Valoración de los Recursos Turísticos con un enfoque territorial. El caso de Cienfuegos. Retrieved from www.monografias.com.
- Caballero del Busto, Alberto Javier. (n.d.). Posicionamiento Estratégico de Productos Turísticos. Retrieved from Monografias_com.htm.
- Centro de Estudios de Población y Desarrollo Oficina Nacional de Estadísticas. La Habana, Cuba. (2004). Anuario Demográfico de Cuba.
- Centro de Provincial de Patrimonio Cultural Cienfuegos. (2009). Inventario de Patrimonio Inmaterial.
- Colaboración de la Oficina del MINTUR, del Plan Maestro y la Oficina del Conservador de Maestro. (2005). Mapa Turístico de Cienfuegos. Publicitur S.A, Ciudad de La Habana.
- C. D. A. (2004a). Plan General Urbano. Ciudad Cienfuegos.

- C. D. A. (2004b). Plan General de Ordenamiento Turístico del Polo Rancho Luna – Pasacaballos. Cienfuegos.
- Colectivo de autores. (2005). IV Versión de la Obra Científica de la Historia regional de Cienfuegos Oficina de Historia del PCC Provincial de Cienfuegos.
- Chepe, T. (2000). Material de Apoyo de la Asignatura Panorama de la Cultura Cienfueguera. EHT Perla del Sur. FORMATUR Cienfuegos.
- Chepe, T. (, 2004a). Cienfuegos: Las sazones de su ajiaco. EHT Perla del Sur. FORMATUR Cienfuegos.
- Chepe, T., & León Fernández, J Ramón. (2000). Trilogía para caracterizar un destino, FORMATUR. MINTUR.
- Desarrollo Local. Manual “Enfoque sistémico y Desarrollo Local. Desarrollo. (n.d.). . Retrieved from www.desarrollolocal.org/conferencia/doclibero.
- Dirección Provincial de Planificación Física de Cienfuegos. Instituto de Planificación Física 118p. (n.d.). Plan de Ordenamiento Territorial 2003.
- España, Junta de Extremadura. (n.d.). Qué es el Desarrollo Local. Retrieved from <http://www.juntaex.es/consejerias/eic/¿quéeseldesarrollolocal.htm>.
- Espinosa, G. (2000). Diseño de la Estrategia general de Desarrollo hasta el 2003 de la Subregión Turística Cienfuegos”. Trabajo para alcanzar el grado de Master en Administración de Negocios. Universidad de Cienfuegos”Carlos Rafael Rodríguez”.94p.
- Fernández Ávila, Víctor Rafael. (2006, March). Diseño del Producto Turístico – Un enfoque y una propuesta metodológica, Bogotá.
- Florez, C. (2003, Noviembre 17). El patrimonio. Retrieved from Concepto del patrimonio - Monografias_com.htm.
- Fondos del Museo Provincial de Cienfuegos. (1956, Cienfuegos). Mapa turístico de Cienfuegos, Asociación Constructiva Pro Cienfuegos.
- González Rojas, Antonio E. (n.d.). Cienfuegos, Perla del Mundo. Retrieved from Patrimonio Cultural de la Humanidad_ Radio Ciudad del Mar.htm.
- Grande Ibarra, Julio. (2001, Madrid). Análisis de la oferta de turismo cultural en España”, Estudios Turísticos Nro. 150, Monográfico "Turismo Cultural", Instituto de Estudios Turísticos, 22.
- Greefe Xavier. (1999). La gestión del Patrimonio Cultural. Antropos París.

Hernández, P., & Equipo Multidisciplinario de la DPPF y Organismos del Territorio. (2004). Plan Provincial de Ordenamiento Territorial. Provincia Cienfuegos. Cienfuegos.

Jiménez, E., Garriga, J. L., & Sánchez, J. (2004). Diagnóstico de la Redes Técnicas para el Turismo. Cienfuegos.

López Nieves, R. R., Lic. Muñoz Franco, V. E., & Lic. Alvariño Rodríguez, L. M. (2005). Patrimonio Cultural y Turismo. Retrieved from Patrimonio Cultural y Turismo - Monografias_com.htm.

Luciana Sciascia. (n.d.). Evolución histórica del Marketing. Retrieved from http://www.Producto_turístico.htm.

Machado Chaviano, Esther, & Hernández Aro, Yanet. (2008, March). Procedimiento para el diseño de productos turísticos integrado en cuba. Universidad Central Marta Abreu de Las Villas.

Martínez Contreras, Jorge, & Lodus Vitalis. (1997). Tecnología, Desarrollo Económico y Sostenibilidad. (Madrid).

Millán Cuétara, I. (2003). La política de rehabilitación del Centro Histórico y Urbano de Cienfuegos. CPPC. Inédito.

Millán, I. (2005). Expediente de nominación del Centro histórico urbano de Cienfuegos, CPPC, Cienfuegos.

Najarro Pujol, Lázaro David. (n.d.). Cienfuegos: una ciudad bella y funcional. Retrieved from <http://www.hicuba.com>.

Oficina Técnica de Monumentos y Sitios Históricos. Centro de Provincial de Patrimonio Cultural Cienfuegos. (2009a). Inventario del Centro Histórico Urbano de Cienfuegos. Oficina Técnica de Monumentos y Sitios Históricos. Centro de Provincial de Patrimonio Cultural Cienfuegos. (2009b). Inventario de Patrimonio de construcciones conmemorativas, sitios arqueológicos e históricos. Patrimonio Cultural, turismo y desarrollo local: El camino de la estancia jesuita en Córdova. (n.d.). Retrieved from <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=27600704&iCveNum=722>.

- Publicitar S.A, La Habana. (2007). Anuario Estadístico del municipio de Cienfuegos de 2008
- Guía Turística de Cienfuegos Oficina Nacional de Información turística.
- Romero Moragas, Carlos. (n.d.). Patrimonio Cultural y Desarrollo Local, Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico. Retrieved from http://www.isel.org/cuadernos_E/Articulos/c_romero.htm.
- Salinas Chávez, Eduardo, & Echarri Chávez, Maite. (n.d.). Turismo y Desarrollo Sostenible: el caso del Centro Histórico de la Habana - Cuba (3º ed.). La Laguna, España.
- Sánchez Padillas, Yuderquis, Pino, R., & Aguirre, L. (n.d.). Desarrollo Local. Evolución del concepto. Retrieved from <http://www.monografias.com/trabajos39/concepto-desarrollolocal/concepto-desarrollo-local.shtml>.
- Santana Agustín. (2003). Patrimonio cultural y turismo: Reflexiones y dudas de un anfitrión Universidad de Laguna, Argentina.
- Soler, D. (2009). La patrimonialización el contexto cubano y su gestión en el patrimonio cultural. Museo Provincial de Cienfuegos. Inédito.
- Soler, D. (2008, Quito). Conferencia de la Cumbre Internacional sobre la Salvaguarda del Patrimonio Natural y Cultural de Ecuador.
- UNESCO, Paris. (2003a). Convención sobre la Pluralidad Cultural.
- UNESCO, Paris. (2003b). Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial.
- UNESCO, Paris. (2003c). Convención para la Diversidad Cultural.
- Vázquez-Barquero, A. (1988). Desarrollo local. Una Estrategia de Creación de Empleo, Editorial Pirámide, Madrid, España p23.
- Zamora, F. (2008). Gestión del Patrimonio Cultural y desarrollo local. Boletín del AGPC No 3, Vol., I, Madrid p45.

**Anexo 1.1: Fragmento del Reglamento de aplicación de la LEY 1 y 2 del
Patrimonio Cultural.**

**REGLAMENTO PARA LA EJECUCION DE LA LEY DE PROTECCION AL
PATRIMONIO**

Capítulo 1: Del Patrimonio Cultural.

Artículo 1: El Patrimonio Cultural de la Nación está integrado por aquellos bienes, muebles e inmuebles, que son la expresión o el testimonio de la creación humana o de la evolución de la naturaleza y que tienen especial relevancia en relación con la arqueología, la prehistoria, la historia, la literatura, la educación, el arte, la ciencia y la cultura en general, y fundamentalmente:

- a) Los documentos y demás bienes relacionados con la historia, con inclusión de las de la ciencia y la técnica, así como con la vida de los forjadores de la nacionalidad y la independencia, dirigentes y personalidades sobresalientes, y con los acontecimientos de importancia nacional e internacional;
- b) las especies y ejemplares raros o especímenes tipo de la flora y la fauna, así como las colecciones u objetos de interés científico;
- c) el producto de las excavaciones y descubrimientos arqueológicos;
- ch) los elementos provenientes de la desmembración de monumentos artísticos o históricos y de los lugares arqueológicos;
- d) los bienes de interés artístico tales como los objetos originales de las artes plásticas y decorativas, así como de las artes aplicadas y del arte popular;
- e) los objetos y documentos etnológicos o folklóricos;
- f) los manuscritos raros, incunables y otros libros, documentos y publicaciones de interés especial;
- g) los archivos, incluidos los fotográficos, fonográficos y cinematográficos;
- h) los mapas y otros materiales cartográficos, partituras originales o impresas, ediciones de interés especial y grabaciones sonoras;
- i) los objetos de interés numismático y filatélico, incluido los sellos fiscales y otros análogos, sueltos o en colecciones;
- j) los objetos etnográficos e instrumentos musicales;
- k) todo centro histórico urbano, construcción o sitio que merezca ser conservado por su significación cultural, histórica o social, como establece la Ley 2, de 4 de agosto de 1977, Ley de los Monumentos Nacionales y Locales, y su Reglamento; y

l) todos los demás bienes que el Ministerio de Cultura declare parte del Patrimonio Cultural de la Nación.

Artículo 2: El Ministerio de Cultura precisará y declarará a través de su Dirección de Patrimonio Cultural, los bienes que deben formar parte del Patrimonio Cultural de la Nación, los cuales estarán sujetos a preceptos de la Ley de Protección al Patrimonio Cultural y del presente Reglamento.

Anexo 1.2: Clasificación del Patrimonio Cultural y Natural Universal y Cubano que responden a los preceptos y conceptos de la Ley 1 y 2 del Patrimonio Cultural y la Convención del Patrimonio Inmaterial de la UNESCO del 2005



Fuente: Elaboración propia a partir de las Convenciones y Leyes sobre el Patrimonio Cultural y Natural, en especial la Ley 1 y 2 y el Reglamento 118 de la nación cubana.

Anexo 1.3: Clasificación del Patrimonio Cultural de acuerdo con la Convención sobre Patrimonio Inmaterial de la UNESCO del 2003 y la Convención de la Diversidad Cultural y la Pluralidad Cultural del 2005.

Determinación para el Caso cubano emitida por la Dirección Nacional de Patrimonio Cultural en el Centro Nacional de Patrimonio Cultural en 2007

Patrimonio Cultural Inmaterial: Son los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas -junto con los instrumentos, objetos, artefactos y espacios culturales que les son inherentes- que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural. Este patrimonio cultural inmaterial, que se transmite de generación en generación, es recreado constantemente por las comunidades y grupos en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia, infundiéndoles un sentimiento de identidad y continuidad y contribuyendo así a promover el respeto de la diversidad cultural y la creatividad humana.

A los efectos de la presente Convención, se tendrá en cuenta únicamente el patrimonio cultural inmaterial que sea compatible con los instrumentos internacionales de derechos humanos existentes y con los imperativos de respeto mutuo entre comunidades, grupos e individuos y de desarrollo sostenible¹⁷.

Patrimonio Cultural Vivo. Son los usos, representaciones, expresiones, conocimientos y técnicas -junto con las habilidades para el manejo de los instrumentos, objetos, artefactos y el empleo de los espacios culturales que les son inherentes- que las comunidades, los grupos y en algunos casos los individuos reconozcan como parte integrante de su patrimonio cultural. Este patrimonio cultural vivo, que se transmite de generación en generación, es recreado constantemente por las comunidades y grupos en función de su entorno, su interacción con la naturaleza y su historia, infundiéndoles un sentimiento de identidad y continuidad y contribuyendo así a promover el respeto de la diversidad cultural y la creatividad humana. A los efectos de la presente Convención, se tendrá en cuenta únicamente el patrimonio cultural vivo que sea compatible con los instrumentos internacionales de derechos

¹⁷ Definición propuesta por la UNESCO en la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial, 2003. Artículo 2,1: Definiciones

humanos existentes y con los imperativos de respeto mutuo entre comunidades, grupos e individuos y de desarrollo sostenible.¹⁸

Salvaguardia: Son las medidas encaminadas a garantizar la viabilidad del patrimonio cultural vivo, comprendidas la identificación, documentación, investigación, preservación, protección, promoción, valorización, transmisión - básicamente a través de la enseñanza formal y no formal- y revitalización de este patrimonio en sus distintos aspectos.¹⁹²⁰

Portadores de Tradiciones: Se denomina así aquellos grupos e individuos cuyo condicionamiento cultural depende del proceso de formación histórico-social de que forman parte y ello les permite reflejar y transmitir los valores culturales de las generaciones que les antecedieron. Dentro de estos grupos e individuos estarán los practicantes y los informantes. Miembro de una comunidad que reconoce, reproduce, transmite, transforma, crea y forma una cierta cultura al interior de y para una comunidad.

Un portador puede, por añadidura jugar uno o varios de los siguientes roles: practicante, creador y guardián²⁰.²¹

Tesoros Humanos Vivos: Son personas o grupos que poseen los conocimientos, habilidades y técnicas necesarias para (mantener), crear o producir determinados elementos del Patrimonio Cultural vivo. Son seleccionados por sus comunidades y el Estado como testimonios de sus tradiciones culturales vivas y del talento creativo de comunidades y grupos presentes en su territorio²¹.

¹⁸ Revisión crítica sobre la definición incongruente de patrimonio cultural inmaterial.

¹⁹ Definición propuesta por la UNESCO en la Convención para la Salvaguardia del Patrimonio Cultural Inmaterial, 2003. Artículo 2,3: Definiciones

²⁰ Concepto operacional del Atlas Etnográfico de Cuba y Glosario UNESCO.

²¹ Definición a partir de la propuesta por la UNESCO en las Directrices para la creación de sistemas nacionales de "Tesoros Humanos Vivos", UNESCO. Se escogen a estas personas basándose en el valor de estos elementos como testimonio del genio creador humano, su amigo en las tradiciones culturales y sociales, su carácter representativo de una comunidad determinada, así como el hecho de que estén en peligro de desaparición

Anexo 1.4: Ley No 1 del Patrimonio Cultural Cubano.

GACETA OFICIAL DE LA REPUBLICA DE CUBA

EDICION ORDINARIA.

AÑO LXXV

LA HABANA, SABADO 16 DE AGOSTO DE 1977

Número 29 Pág. 285

LEY No. 1: LEY DE PROTECCION AL PATRIMONIO CULTURAL

Capítulo 1: Disposiciones Generales.

Artículo 1: La presente Ley tiene por objeto la determinación de los bienes que, por su especial relevancia en relación con la arqueología, la prehistoria, la historia, la literatura, la educación, el arte, la ciencia y la cultura en general, integran el Patrimonio Cultural de la Nación, y establecer medios idóneos de protección de los mismos.

Artículo 2: El Ministerio de Cultura es el organismo encargado de precisar y declarar los bienes que deben formar parte del Patrimonio Cultural de la Nación.

Capítulo 2: Del registro Nacional de Bienes Culturales.

Artículo 3: Se crea el Registro Nacional de Bienes Culturales de la República de Cuba adscrito al Ministerio de Cultura.

En el Registro a que se refiere el párrafo anterior se hará constar, además de los datos que permitan identificar el bien, el lugar en que esté situado, la persona natural o jurídica que sea tenedora del mismo por cualquier título y la razón del interés cultural de dicho bien.

Artículo 4: El Registro Nacional de Bienes Culturales, para el mejor cumplimiento de sus funciones y para el establecimiento de las coordinaciones necesarias, cuenta con un cuerpo de delegados asesores, designados por los organismos siguientes: Comité Estatal de Finanzas, Banco Nacional de Cuba, Ministerio de Comunicaciones, Ministerio de Educación, Ministerio de Educación Superior, Ministerio de las Fuerzas Armadas Revolucionarias, Ministerio del Interior, Ministerio de Justicia, Ministerio de Relaciones Exteriores, Academia de Ciencias de Cuba, Instituto Cubano de Radio y Televisión, Instituto Nacional de Turismo, Dirección General de Aduanas del Comité Estatal de Finanzas y el Instituto de Historia del Movimiento Comunista y de la Revolución Socialista de Cuba.

A propuesta de dichos delegados, el Ministerio de Cultura puede disponer que integren también el cuerpo de asesores, delegados designados por otros organismos que, por la índole de sus funciones, puedan coadyuvar a la consecución de los objetivos de esta ley.

Artículo 5: Toda persona natural o jurídica tenedora por cualquier título de bienes que constituyan Patrimonio Cultural de la Nación, viene obligada a declararlos, previo requerimiento, ante el Registro Nacional de Bienes Culturales de la República de Cuba, sin que ello implique modificación de título por el que se posee.

Los que faltaren a esta obligación en el término que se les señale serán sancionados conforme a la legislación vigente.

Artículo 6: Cuando un bien se declare parte del Patrimonio Cultural de la Nación, se inscribe de oficio en el Registro Nacional de Bienes Culturales. Esta inscripción se notifica, dentro de un plazo no mayor de treinta días, al propietario, poseedor, usuario o tenedor por cualquier título o concepto, quien quedará obligado a garantizar su conservación y absoluta integridad.

Capítulo 3: De la Protección de los bienes Culturales.

Artículo 7: Se declaran de utilidad pública e interés social los bienes culturales a que se refiere la presente ley, los que no podrán ser destruidos, remozados, modificados o restaurados, sin previa autorización del Ministerio de Cultura.

Artículo 8: Los bienes comprendidos en esta Ley sólo podrán ser extraídos del territorio nacional con expresa autorización del Ministerio de Cultura y por el tiempo que éste determine.

Artículo 9: No podrá efectuarse la transmisión del dominio o posesión de ningún bien de los protegidos por esta Ley, si no se obtiene previa y expresa autorización del Ministerio de Cultura.

Los que infringieren esta disposición serán sancionados conforme a la legislación vigente y se dispondrá el comiso del bien correspondiente.

Recibida la solicitud de autorización a que se refiere el primer párrafo de este artículo, el Ministerio de Cultura podrá hacer uso del derecho preferente a la adquisición del bien de que se trate, por el precio que corresponda.

Artículo 10: Cuando la transmisión a que se refiere el artículo anterior pretenda efectuarse a favor de una persona natural o jurídica que resida fuera del territorio nacional, el Estado Cubano podrá hacer uso del citado derecho de

preferencia de adquirir el bien cultural de que se trate por el precio declarado por el vendedor o cedente, y si existieren dudas sobre la veracidad de dicho precio, por el que determinen los peritos designados al efecto.

Artículo 11: Los funcionarios y agentes de la autoridad encargados de fiscalizar las exportaciones que se hagan por cualquier vía, suspenderán la tramitación de las solicitudes de embarque cuando tengan conocimiento o abriguen racional sospecha de que se trata de la extracción de alguno de los bienes a que se refiere esta Ley, y darán cuenta por la vía reglamentaria al Ministerio de Cultura a fin de que éste, previa comprobación, determine lo procedente.

Artículo 12: La extracción o el intento de extracción del territorio nacional de bienes culturales protegidos por esta Ley sin haber obtenido previamente la autorización del Ministerio de Cultura, constituirá delito de contrabando y será sancionado conforme establece la Ley Penal. Dichos bienes serán siempre decomisados.

Artículo 13: Las personas naturales o jurídicas que introduzcan en el país, con carácter temporal, alguno de los bienes a que se refiere la presente ley, lo declararán en la Aduana correspondiente, la que expedirá un documento de admisión temporal que entregará al importador para su presentación en la Aduana en la oportunidad de la reexportación, sin cuyo requisito no podrá llevarla a efecto.

Disposiciones transitorias

Primera: El Ministro de Cultura, dentro de un plazo no mayor de 180 días a partir de la promulgación de esta Ley, organizará y pondrá en funcionamiento el Registro Nacional de Bienes Culturales de la República.

Segunda: El Ministro de Cultura queda encargado de elaborar y redactar un proyecto de reglamento de la presente Ley y someterlo a la aprobación del Consejo de Ministros en el término no mayor de un año contado a partir de la vigencia de esta Ley, y hasta tanto sea aprobado, queda facultado para dictar las resoluciones y demás disposiciones que considere necesarias para el cumplimiento de lo que se dispone en la presente Ley.

Disposiciones

Primera: Los Ministros de Cultura, de Relaciones Exteriores y del Transporte, el Director General de Aduanas y demás jefes de los organismos que se mencionan en esta Ley o que tengan relación con las medidas que en ella se

establecen, cuidarán de su cumplimiento, en la parte que a cada uno corresponde.

Segunda: Se derogan cuantas disposiciones legales y reglamentarias se opongan al cumplimiento de lo dispuesto en la presente Ley, la cual comenzará a regir a partir de su publicación en la Gaceta Oficial de la República.

Ciudad de La Habana, a los cuatro días del mes de agosto de mil novecientos setenta y siete.

Anexo 1.5: LEY No. 2 del Patrimonio Cultural Cubano
LEY DE LOS MONUMENTOS NACIONALES Y LOCALES

Capítulo 1: De los monumentos locales

Artículo 1: Se entiende por Monumento Nacional todo centro histórico urbano y toda construcción, sitio u objeto que, por su carácter excepcional, merezca ser conservado por su significación cultural, histórica o social para el país y que, como tal, sea declarado por la Comisión Nacional de Monumentos.

Se entiende por Monumento Local toda construcción, sitio u objeto que, no reuniendo las condiciones necesarias para ser declarado Monumento Nacional, merezca ser conservado por su interés cultural, histórico o social para una localidad determinada y que, como tal, sea declarado por la Comisión Nacional de Monumentos.

Se entiende por Centro Histórico Urbano el conjunto formado por las construcciones, espacios públicos y privados, calles, plazas y las particularidades geográficas o topográficas que lo conforman y ambientan y que en determinado momento histórico tuvo una clara fisonomía unitaria, expresión de una comunidad social, individualizada y organizada.

Las Construcciones abarcan la obra o el conjunto de obras hechas por la mano del hombre desde la prehistoria hasta la época actual, pudiendo ser de carácter civil, conmemorativo, doméstico, industrial militar o religioso.

Los Sitios comprenden todos los espacios, lugares o áreas donde se haya desarrollado un significativo hecho o proceso de carácter histórico, científico, etnográfico o legendario, o que posean características de homogeneidad arquitectónica o una singular morfología del trazado urbano, y también aquellos donde la naturaleza presente aspectos que justifiquen su conservación y protección. Pueden ser de carácter arqueológico, histórico, natural o urbano.

Los Objetos son aquellos elementos que, por su excepcional significado histórico, artístico o científico, merezcan ser conservados y protegidos independientemente de que se encuentren en una institución oficial o en poder de una persona particular.

Artículo 2: La declaración de Monumento Nacional o Monumento Local puede disponerse:

- 1) por su valor histórico: aquellas construcciones, sitios y objetos dignos de ser preservados por su relación con un acontecimiento relevante de nuestra historia política, social, científica o cultural;
- 2) por su valor artístico: aquellas construcciones, esculturas monumentales y objetos que presenten por su estilo o detalles decorativos, valores dignos de ser preservados;
- 3) por su valor ambiental: aquellos centros históricos urbanos y construcciones que, debido a su forma o carácter arquitectónico, han llegado por el uso y la costumbre a representar un ambiente propio de una época o región;
- 4) por su valor natural o social: aquellos sitios que presenten características científicas o culturales en sí o que, por sus formaciones geológicas o fisiográficas, constituyan el hábitat de especies animales o vegetales de gran valor o amenazadas de extinción.

Capítulo 2: De la Comisión Nacional de monumentos.

Artículo 3: Se crea la Comisión Nacional de Monumentos, adscripta al Ministerio de Cultura.

Artículo 4: Corresponden a la Comisión Nacional de Monumentos las funciones siguientes:

- 1) preparar estudios y planes para la localización, conservación y restauración de construcciones, sitios y objetos declarados o que se declaren Monumentos Nacionales o Locales;
- 2) autorizar, inspeccionar y supervisar toda obra que deba realizarse en una construcción, sitio u objeto declarado Monumento Nacional o Local, así como declarar la necesidad de realizar en ellos cualquier tipo de obra;
- 3) declarar cuáles construcciones, sitios y objetos son Monumentos Nacionales o Locales de acuerdo con las disposiciones de la presente Ley. La Comisión Nacional será el único órgano facultado para hacer esta declaración;
- 4) revisar las obras, objetos, instalaciones, edificaciones y construcciones y disponer, cuando fuere necesario, que se les hagan las modificaciones requeridas para restaurarles su más rigurosa autenticidad y su verdadero sentido histórico en relación con los orígenes y hechos de nuestra nacionalidad;
- 5) custodiar los archivos y la documentación correspondientes a los Monumentos Nacionales y Locales;

6) orientar y supervisar el trabajo de las Comisiones Provinciales de Monumentos;

7) cumplir cualesquiera otras disposiciones u orientaciones que, sobre esta materia, dicte o trasmita el Ministerio de Cultura.

Artículo 5: La Comisión Nacional de Monumentos está integrada por un Presidente, un Secretario Ejecutivo y un representante de cada uno de los organismos siguientes:

Ministerio de la Construcción, Ministerio de Educación, Ministerio de Educación Superior, Academia de Ciencias de Cuba, Instituto Nacional de Turismo, Instituto de Planificación Física de la Junta Central de Planificación, Instituto Nacional de Desarrollo y Aprovechamiento Forestales, e Instituto de Historia del Movimiento Comunista y de la Revolución Socialista de Cuba. También integrarán la Comisión un representante de la organización que agrupe a los arquitectos de Cuba y representantes de cuantos más organismos estimen necesarios el Ministerio de Cultura.

Artículo 6: El Presidente de la Comisión Nacional de Monumentos se designa y es removido por el Ministerio de Cultura; el Secretario ejecutivo lo es quien ostente el cargo de Director de la Dirección de Patrimonio Cultural del Ministerio de Cultura, y los miembros restantes son designados respectivamente por los jefes de los organismos mencionados en el artículo anterior, los que pueden removerlos libremente por propia iniciativa o a solicitud de la Comisión.

Capítulo 3: De las Comisiones Provinciales de Monumentos

Artículo 7: Se crean las Comisiones Provinciales de Monumentos, adscriptas a las Direcciones Sectoriales de Cultura de los Comités Ejecutivos de las Asambleas Provinciales del Poder Popular y subordinadas a la dirección técnica y metodológica del Ministerio de Cultura.

Artículo 8: Corresponden a las Comisiones Provinciales de Monumentos, las atribuciones y funciones siguientes:

- 1) adoptar las más estrictas medidas para la conservación de los Monumentos Nacionales y Locales de su territorio;
- 2) velar por la conservación de los Monumentos Nacionales y Locales de su territorio y respecto a ellos desarrollar trabajos de investigación y divulgación;
- 3) custodiar y conservar el archivo y la documentación correspondientes a los

Monumentos Nacionales y Locales de su territorio;

4) tramitar y elevar a la Comisión Nacional las propuestas para la declaración de Monumento Nacional o Local;

5) controlar el mantenimiento de aquellas construcciones, sitios y objetos, de valor local, que no reúnan las condiciones para ser declarados Monumentos Locales;

6) cumplir las orientaciones de la Comisión Nacional de Monumentos.

Artículo 9: Las Comisiones Provinciales de Monumentos se integran de forma similar a la señalada en el artículo 5 de la presente Ley, por los representantes de las direcciones administrativas de los Comités Ejecutivos de las Asambleas Provinciales del Poder Popular que desempeñan las funciones de los organismos nacionales señalados en dicho artículo.

No es indispensable que todas las actividades desempeñadas por los organismos relacionados en el propio artículo 5 estén representadas en las Comisiones Provinciales.

En el caso de que las actividades de los organismos señalados en el artículo 5, no se correspondan con una de las citadas direcciones administrativas del Poder Popular en las provincias, y se estimare indispensable la representación de dicho organismo, su delegado se designa por la instancia nacional correspondiente.

El Presidente y Secretario Ejecutivo de las Comisiones Provinciales son designados y removidos por el Comité Ejecutivo de las Asambleas Provinciales del Poder Popular, a propuesta de la Dirección Sectorial correspondiente, y oído el criterio de la Comisión Nacional.

Capítulo 4: De la Protección y las Restricciones en los Monumentos Nacionales, Monumentos Locales y Zonas de Protección.

Artículo 10: Declarado Monumento Nacional o Monumento Local una construcción, un centro histórico urbano, sitio u objeto, se considerará de interés social y quedará sujeto a la protección y a las restricciones que se establecen por esta Ley.

Realizada la declaración a que se refiere el párrafo anterior, la Comisión Nacional deberá comunicarla al propietario o poseedor del mismo. En caso de que el Monumento Nacional o Monumento Local pertenezca a un particular, el Estado se reserva el derecho de adquirirlo si fuere necesario para su

preservación. Si no se llegare a un acuerdo con el propietario o poseedor, la Comisión Nacional iniciará, conforme a la legislación vigente, el correspondiente procedimiento para la expropiación forzosa.

Artículo 11: La Comisión Nacional, en coordinación con las Comisiones Provinciales, llevará un Registro de los Monumentos Nacionales y Monumentos Locales en el que se hará constar el lugar en que se encuentren situados, los nombres por los que son conocidos y una descripción pormenorizada de cada uno.

Artículo 12: La Comisión Nacional determina la zona de protección, que es el área contigua a un Monumento Nacional o Local, tanto si la declaración de esta condición ya se ha hecho como si se halla en proceso de investigación para declararla. Una vez fijada una zona de protección, la Comisión Nacional supervisará las construcciones que se realicen dentro de la misma, recomendará medidas, cuando sean necesarias, para eliminar o modificar las existentes y limitar y proscribir, si procediere, la actividad económica.

Artículo 13: Las direcciones administrativas de los Órganos Locales del Poder Popular deben trasladar a la Comisión Provincial de Monumentos correspondiente, toda solicitud de licencia de obra que pretenda realizarse en un Monumento Local o zona de protección para su aprobación o delegación por la Comisión Nacional.

También puede la Comisión Nacional, cuando lo estime necesario, requerir y coordinar con los organismos pertinentes, la realización de cualquier obra de restauración o conservación de monumentos.

Artículo 14: No se permitirá la instalación de ninguna industria o comercio en los inmuebles declarados Monumento Nacional o Monumento Local o en zona de protección, sin la previa autorización de la Comisión correspondiente. La autorización de la Comisión Nacional o Provincial también será necesaria para la instalación de vallas anunciadoras, letreros y adornos, y la celebración de espectáculos públicos en los lugares antes mencionados.

Artículo 15: Mientras se lleve a cabo un proceso de investigación para determinar si procede declarar Monumento Nacional o Monumento Local a una construcción, centro histórico urbano, sitio u objeto, estos se consideran pendientes de declaración y, en consecuencia, protegidos contra cualquier

destrucción y modificación, hasta tanto se adopte la resolución definitiva correspondiente.

Artículo 16: La Comisión Nacional orientará a las Comisiones Provinciales en el sentido de que designen delegados para atender especialmente los lugares de sus respectivos territorios que sean excepcionalmente valiosos por la naturaleza o elementos que los componen.

Artículo 17: Se prohíbe la exportación definitiva de todo bien declarado Monumento Nacional o Monumento Local. Únicamente, con la autorización de la Comisión Nacional después de realizadas las verificaciones necesarias, podrá exportarse, total o parcialmente y por tiempo determinado, un Monumento Nacional o Monumento Local. A tal efecto, será requisito indispensable presentar ante los funcionarios de aduanas el certificado expedido por la Comisión Nacional que acredite que el traslado al extranjero del bien de que se trate, ha sido autorizado, y el tiempo que permanecerá fuera del territorio nacional.

Capítulo 5: De la Investigaciones Arqueológicas.

Artículo 18: Los organismos y personas que se propongan realizar excavaciones o investigaciones arqueológicas, deben obtener la aprobación de la Comisión Nacional de Monumentos y, en su caso, darle cuenta del resultado de su trabajo. La Comisión, si las autorizare, lo comunicará al Ministerio de la Agricultura, Instituto Nacional de Desarrollo y Aprovechamiento Forestales, Asociación Nacional de Agricultores Pequeños o a cualquier otro organismo o persona que tenga asignado o posea terrenos donde existan o puedan existir sitios arqueológicos, los cuales estarán obligados al estricto cumplimiento de las regulaciones que a continuación se establecen.

Los hallazgos arqueológicos casuales deben comunicarse inmediatamente a la Comisión Nacional para que sean investigados por el organismo competente. La obligación de comunicar dichos hallazgos recae en el descubridor y en el organismo o institución al que está asignado el lugar en cuestión, o en la persona que lo posea.

No deben modificarse las condiciones existentes en el terreno de que se trate al producirse el hallazgo arqueológico a que se refiere el párrafo anterior, hasta tanto los especialistas enviados por la Comisión se constituyan en el lugar y determinen lo pertinente.

Todos los elementos u objetos arqueológicos resultantes de un hallazgo o investigación arqueológica son propiedad del Estado cubano y quedan sometidos a las regulaciones establecidas en la presente Ley.

Capítulo 6: De las Restricciones de obras de Artes Plásticas en los Monumentos.

Artículo 19: La Comisión Nacional de Monumentos es la única que puede autorizar restauraciones de obras de arte plástica en un Monumento Nacional o en un Monumento Local, las que serán realizadas bajo la dirección y supervisión de dicha Comisión.

La Comisión correspondiente dará cuenta a las autoridades competentes, cuando sin su previa autorización se efectúe o se haya efectuado una obra en un Monumento Nacional, Monumento Local o zona de protección.

Disposiciones finales

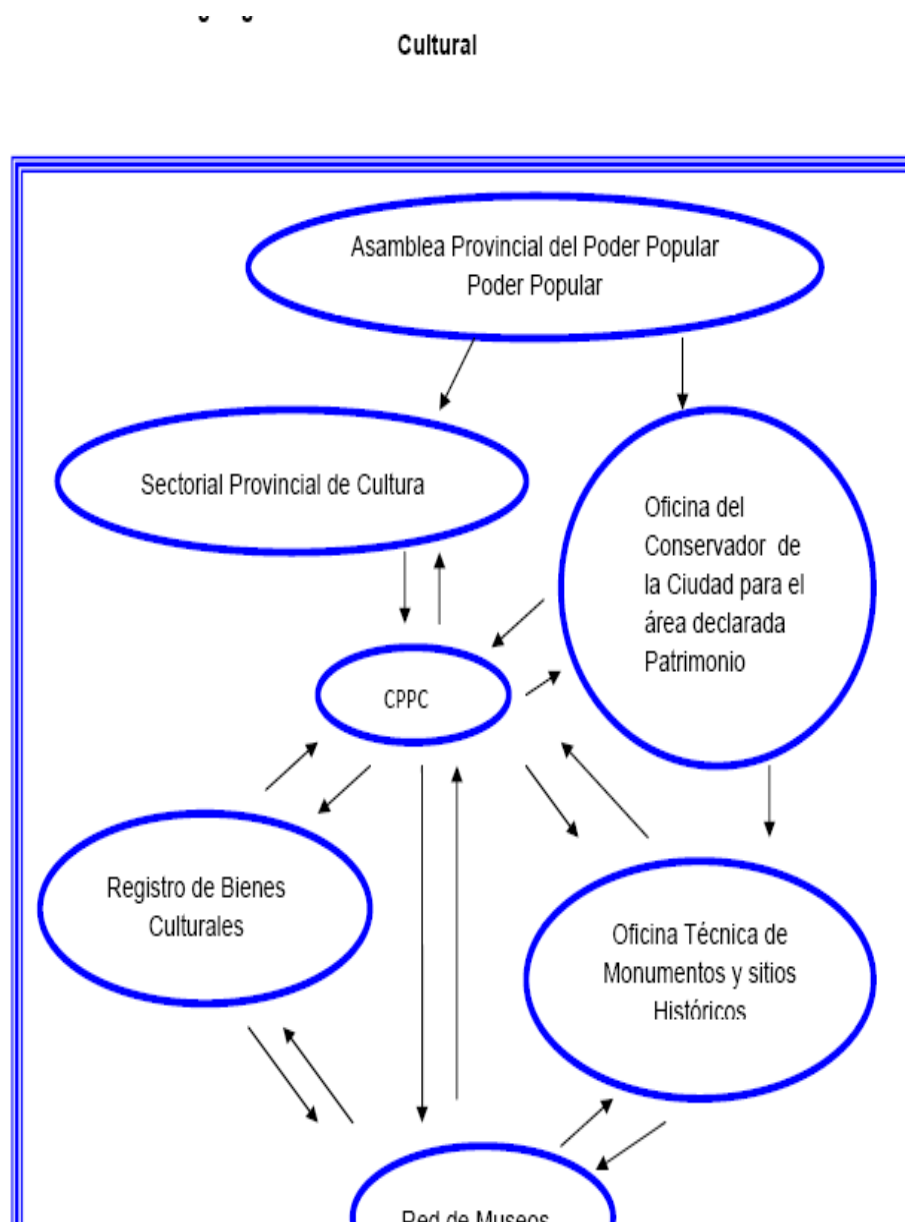
Primera: El Ministerio de Cultura queda encargado de redactar un proyecto de Reglamento y someterlo a la aprobación del Consejo de Ministros en término no mayor de un año, contado a partir de la publicación de la presente Ley; y hasta tanto sea aprobado, queda facultado para dictar las resoluciones y demás disposiciones que considere necesarias para el mejor cumplimiento de lo que se dispone en la presente Ley.

Segunda: Se derogan cuantas disposiciones legales y reglamentarias se opongan al cumplimiento de lo dispuesto en la presente ley, la que comenzará a regir a partir de su publicación en la Gaceta Oficial de la República.

Ciudad de La Habana, a los cuatro días del mes de agosto de mil novecientos setenta y siete.

Blas Roca Calderío

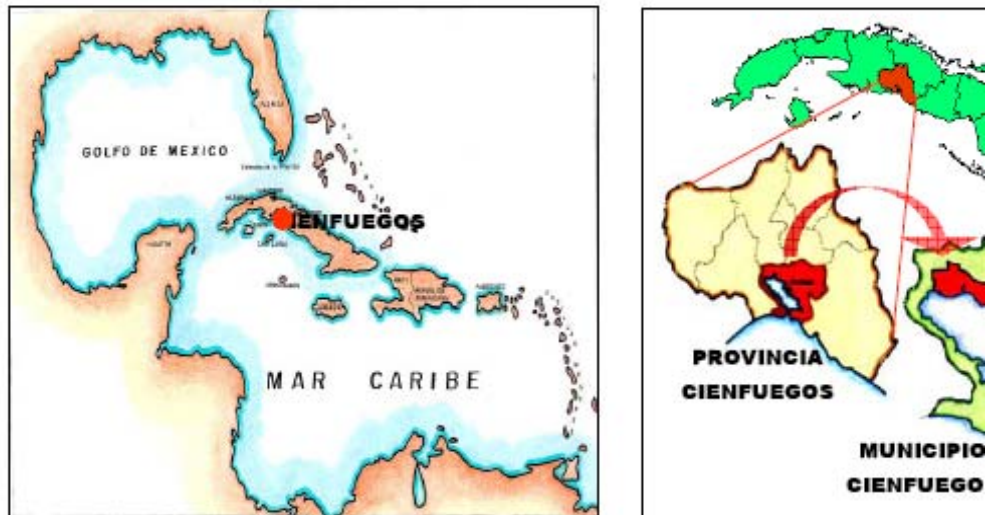
ANEXO 1.6: Organigrama estructural del sistema institucional del Patrimonio Cultural



Fuente: Elaboración propia extraída del análisis organizacional de la aplicación de la Resolución 297 del Centro Provincial de Patrimonio Cultural.

Anexos

Anexo 2.1: Ciudad de Cienfuegos.



Fuente: Tomado del Plan de Ordenamiento Turístico.

Anexo 2.2: Características Físico – Geográficas de Cienfuegos.

Ubicación:

La Ciudad de Cienfuegos, cabecera provincial y municipal, se encuentra bordeando la bahía de Jagua, extendiéndose al norte y este de la misma. Se ubica en los 22° 08'46" de latitud norte y en los 80° 27'14" de longitud oeste, ocupando un área total de 4800 ha (48.00 km²).

Posee una configuración estrecha y alargada, bordeando el litoral desde la Ensenada de Las Calabazas hasta la Ensenada de Guaicanamar, con un sistema costero de 28.2 Km. De longitud, rico en puntas y ensenadas.

Geología:

Aparecen rocas sedimentarias terrígenas, terrígeno-carbonatadas, carbonatadas y efusivosedimentarias, pertenecientes a las formaciones: Caunao del Eoceno superior al Eoceno inferior; Cienfuegos del Oligoceno; Güines, Arroyo Palmas y Lagunitas del Mioceno; Cantabria, Arimao y Guaos de Cretácico; así como depósitos cuaternarios asociados a los ríos y costas bajas.

Suelos:

Los suelos presentes se corresponden con la roca madre en las áreas no urbanizadas no siendo así en los espacios antropizados, donde predomina el relleno. Abundan los suelos carbonatados típicos, pardos húmicos y esqueléticos, encontrando en menor medida los pardos sin carbonatos, ferralíticos y aluviales. Son suelos medianamente profundos con mediana erosión, en estrecha relación con la topografía que ocupan. Se encuentran saturados por bases y tiene por lo general buen drenaje. La agro productividad no ha sido estudiada dentro del perímetro urbano, siendo de tipo II III y IV en las zonas periféricas que constituyen objeto de estudio.

Hidrografía:

Las corrientes superficiales más importantes que atraviesan el área son los ríos de primer orden: Damují, con un escurrimiento anual de 356 h/m³ siendo sus aguas no utilizables al menos en el marco de estudio por el alto grado de contaminación que presenta y el río Salado con un escurrimiento medio anual de 40.3 h/m³ cuyos niveles de contaminación limitan también su uso. Existen además dentro del límite urbano varios arroyos que conforman la red de

drenaje superficial más importante: Inglés, Las Calabazas, O'Bourke y Junco Sur, aún con peores condiciones ambientales.

Relieve:

El relieve en su generalidad es de llanura ondulada, medianamente diseccionado y poco inclinado, aunque se encuentra severamente modificado como consecuencia de la transformación urbana. La costa es de terraza baja encontrándose algunas áreas pantanosas asociadas fundamentalmente a la desembocadura de ríos y arroyos.

Las pendientes por lo general son favorables para la construcción, existiendo algunas áreas al norte de la ciudad de condiciones poco favorables con valores cercanos al 8% y otras asociadas al río Salado y al norte de Caunao que se encuentran en el rango de 8-12%, siendo desfavorables. Su geomorfología tiene origen fluvio-marino con una altimetría que en general es baja, oscilando de 0m a 45m sobre el nivel medio del mar, encontrando las costas más elevadas hacia la zona norte en el barrio de Paraíso. Aparecen acumulaciones arenosas dispersas que conforman pequeñas playas las cuales realizan su mantenimiento de manera artificial, estas son: Playa Alegre, La Laguna, Mella, Círculo Juvenil, CV Deportivo, La Punta y Junco Sur, que no exceden en total los 500m de longitud.

Hidrogeología:

Pertenece a la cuenca CF6 con un volumen de 12.7 h/m³ al año con concentraciones aproximadas de 1g/lit de mineralización. Aparece un primer acuífero freático con aguas subterráneas de tipo intersticiales o de poros a profundidades del nivel freático entre 5 y 10m en dependencia de la cota existente. La alimentación de los horizontes acuíferos se debe a las precipitaciones y a la escurrentía pluvio-deluvial. El manto tiene niveles de salinización. La permeabilidad de los materiales no ha sido estudiada.

Vegetación:

La vegetación original de la ciudad es prácticamente inexistente debido al proceso antrópico evolutivo que ha caracterizado esta región costera, aunque aún aparecen relictos de formaciones vegetales naturales representadas por las pequeñas áreas de manglares existentes en las principales desembocaduras de las líneas de escurrimiento superficiales.

Predominan en ellos las especies como la Yana, el Patabán, Mangle Rojo y Mangle Prieto fundamentalmente. Aparecen pequeñas zonas de Manigua Costera ubicadas al sureste de la Ciudad. El resto de la vegetación es introducida y de gran variedad.

Fauna:

La fauna es característica de zonas urbanas, predominando los animales domésticos, insectos, aves y roedores. Los valores faunísticos más significativos están relacionadas con las áreas de formaciones vegetales mejores conservadas las cuales sirven de refugio natural para su desarrollo, La fauna acuática es abundante aunque está muy distante de su estado original, a ella se asocian varias especies de aves acuáticas características de la rada cienfueguera.

Paisajes:

Su evolución está condicionada a los procesos geólogo-geomorfológicos y una marcada influencia de los procesos formadores del relieve, específicamente los de origen marino. Se evidencia la presencia de varias unidades de características diversas, incluyendo el paisaje urbano. Desde el punto de vista estético es espectacular en diversos puntos con visuales y planos escénicos de gran valor y zonas con un entorno desfavorable, carente de atención y control.

Clima:

El clima se puede clasificar como tropical semihúmedo de zonas costeras donde los parámetros climatológicos se ven determinados principalmente por la radiación solar con gran influencia marítima. La media anual de las variables meteorológicas más importantes es:

- Temperatura: 24.5 c0.
- Humedad relativa: 78%
- Precipitación: 1200 mm/año.
- Presión atmosférica: 1014 g HP.
- La dirección dominante de los vientos es del noreste con una subdominante del sur.

La ciudad es vulnerable a la ocurrencia de fenómenos meteorológicos de gran intensidad, siendo los de mayores consecuencias en los últimos años las intensas lluvias de 1988, así como los huracanes Lily y Michelle de 1996 y 2001 respectivamente.

Anexo 2.3: Identificación de los principales puntos de interés de Cienfuegos. Parque Martí y su entorno

La Catedral: En 1869 queda erigido como iglesia este sólido edificio. Está ejecutado con sobriedad y sencillos elementos decorativos. Desde 1904 fue declarado Catedral. Consta de tres naves separadas por arcadas, techo abovedado en la nave central, 12 capillas y gran cantidad de ventanales que permiten un hermoso juego de luz, con los vitrales y cristalería coloreada con lucetas, arcos de medio punto e imaginería religiosa.

Teatro Tomás Terry: Fue construido en 1889 e inaugurado oficialmente el 12 de febrero de 1890. Es uno de los más hermosos y mejores teatros de su tipo en el país. Esta edificación del siglo XIX posee alto valor artístico y arquitectónico; la misma resulta patrimonio cultural de la ciudad de Cienfuegos. Sus pinturas interiores en techos y cenefas constituyen verdaderas obras de arte. En su interior posee una basta decoración acompañada por una estatua de mármol blanco de Don Tomás ubicada en el vestíbulo de la edificación.

Fondo de Bienes Culturales: Con fachada principal hacia el Parque Martí esta dependencia cultural asegura por su función y ubicación de los turistas que arriban a la Ciudad, constituyendo un significativo punto de interés. El fondo de bienes culturales exhibe disímiles artículos elaborados por los artistas artesanos de la región sureña, siendo una propuesta interesante para el Turismo internacional.

El Palatino: Construido anterior a la iglesia es el actual Bar Palatino una de las más antiguas casas de la Ciudad. Posee características propias de principios del siglo XIX con arraigo de la arquitectura Trinitaria y elementos típicos del siglo XVIII (rococó finisecular). Es actualmente una instalación gastronómica de servicio al Turismo Internacional.

Museo Provincial: Inaugurado en 1894, fue concebido para servir como Sociedad de Instrucción y Recreo a los españoles residentes en la villa. La construcción es sólida, de fachada plana con balcón corrido al centro e individuales en los extremos. Posee magníficas barandas de hierro trabajado, que permiten apreciar el majestuoso entorno que lo rodea. Radica allí el Museo Provincial de Cienfuegos.

Palacio de Gobierno: edificación de la primera mitad del siglo XX, consta de dos plantas, pero en su fachada principal tiene un tercer piso a todo el ancho del pórtico, de donde arranca la cúpula de estilo toscano, orden clásico, pero de espíritu moderno, esta constituye un hito dentro de la trama urbana y hace recordar la de la iglesia “Santa María de la Flor” en Florencia, Italia. Hoy es la sede de la Asamblea Provincial del Poder Popular.

Palacio Ferrer: Es una de las más pintorescas edificaciones entre las que se mezclan elementos neoclásicos y neorococó, logrando un conjunto de alto valor arquitectónico. En el tercer nivel sobre el balcón, está ubicada la torre mirador, desde donde puede ser vista toda la ciudad., muestra una cúpula recubierta de losas de cerámica vidriada. En su construcción se utilizaron diversos materiales como el mármol en profusión para pisos, zócalos, pasamanos y enchapado de paredes. En las habitaciones principales, se observan magníficos trabajos de herrería y estucados en paredes y techos.

Colegio San Lorenzo: Construido en 1926 como obra benéfica, su objetivo fue la enseñanza de jóvenes sin recursos financieros. Presenta dos niveles, con un pórtico central de corte ecléctico, donde se manifiesta la reutilización del código formal heredado del siglo XIX con una presencia muy fuerte de las formas clásicas en su estructura arquitectónica y compositiva. Este monumental inmueble ocupa uno de los límites más importantes de la plaza y actualmente es ocupado por la ESBU 5 de Septiembre.

El Boulevard. Situado en la ave.54 (San Fernando) arteria comercial más importante de la ciudad desde su fundación y posterior crecimiento a través de la misma, convertida en calle peatonal en el año 1984, por la gran afluencia de población dada la gran concentración de servicios comerciales, gastronómicos y culturales y donde se destacan valiosas edificaciones por sus características arquitectónicas y constructivas entre ellas:

Hotel La Unión: Construido en el año 1869 y reinaugurado en el año 2000 con categoría 4 estrellas plus constituye uno de los hoteles en explotación para el turismo internacional, esta edificación posee valor histórico, no sólo por ser la más antigua instalación concebida para la explotación hotelera en la ciudad que evidencia su tradición turística sino por haberse hospedado en ella importantes personalidades de nuestra historia. Presenta tres niveles en el

bloque original y dos en la nueva inserción, su fachada es de composición neoclásica.

Palacio de Blanco: Es uno de los exponentes más valiosos de las construcciones domésticas cubanas del siglo XIX por su composición formal y funcional, los materiales empleados y sus valores arquitectónicos y estilísticos. La baranda que protege el balcón forma un encaje o filigrana tachonada de flores remachadas; sobresalen, además, las vidrieras de colores, quizás la única en el país, son 14 diferentes, por su estructura y combinaciones de color. Esta es una de las más bellas residencias fuera de la capital del país.

Restaurante “La Verja”: Notable exponente de la arquitectura ecléctica en la ciudad Este inmueble tiene gran trascendencia histórica, pues nació en él el Mayor General Federico Fernández Cavada, quien participó en las Guerras de Independencia. Presenta entre sus componentes más significativos en su interior, el predominio del neoclásico, mientras que en el exterior presenta características del neogótico. Fue construido en la primera mitad del siglo XX.

El Paseo del Prado: Conocido también como Paseo de Vives según cuenta la historia, arteria principal de la ciudad y uno de los puntos de mayor actividad del Centro, desde sus inicios fue concebido como una avenida alrededor de la que existían instalaciones culturales, recreativas y gastronómicas que atraían a los habitantes e hicieron que hasta él se extendiera el centro de la ciudad, construyéndose magníficos exponentes de la arquitectura cienfueguera que hoy se mantienen como:

Templo Bautista: Es el exponente más valioso del Art. Decó en esta ciudad. Excelente muestra de la arquitectura religiosa, data de la primera mitad del siglo XX. La mayor carga decorativa se encuentra en el cuerpo y torre del edificio. Singular muestra de diseño interior de inconmensurable factura con un alto grado de conservación.

Biblioteca Provincial: Antiguo palacete del Liceo de Cienfuegos ofrece en su rica arquitectura dos aspectos: estilo Renacimiento en el exterior y Dórico antiguo en el interior. El alhajado de sus amplios salones, responde, en confort y riqueza, a la suntuosidad del conjunto. El inmueble insertado en tiempo y estilo dentro de la arquitectura ecléctica cienfueguera y de Cuba, es un excelente ejemplo de la misma.

Casa de los Leones: Conocida por este nombre debido a las dos grandes figuras de hierro que se yerguen en su amplio portal. Por sus dimensiones, monumentalidad, posición, elementos constructivos utilizados y su composición estilística, se ha valorado como uno de los mejores exponentes de la arquitectura doméstica del siglo XIX.

Obispado: Construido en la primera mitad del siglo XX. El Palacio Episcopal se percibe como un conjunto armónico donde puede apreciarse la simetría de sus fachadas. Existe una significación marcada en las formas del código neoclásico reflejadas en interiores y fachadas. Es un inmueble puntual, único en la provincia por su función y decoración exterior e interior, constituye un significativo exponente de la arquitectura religiosa.

Partiendo del Paseo del Prado y hacia el sector de Punta Gorda, se disfrutaban las más favorables imágenes de la ciudad a través del malecón con su hermoso panorama de visuales hacia la bahía a las que se integran elementos escultóricos, fuentes y agradables espacios públicos como plazas recreativas y parques, alternando con viviendas de agradable diseño rodeadas por amplios jardines que caracterizan esta zona en la que culmina la calle 37 en una rotonda.

Reparto Punta Gorda: La ciudad cuenta con un sector dedicado fundamentalmente al Turismo y la Recreación hacia el extremo sur, y bordeando el litoral, donde se inserta la zona del malecón y los repartos Punta Gorda y Playa Alegre, compuesto por valiosas construcciones que junto a la bahía representan las zonas más cualificadas desde el punto de vista ambiental, en ellas se ha ido desarrollando la actividad dedicada a la explotación turística y la recreación. Su patrimonio arquitectónico incluye una variada muestra de inmuebles de alto valor, entre los que se destacan:

Plaza Recreativa Poli funcional: Se encuentra emplazada de frente al malecón cienfueguero, con hermosas visuales a la bahía. Se extiende en un área de 9 ha siendo el potencial de áreas libres periféricas de reserva 3 ha, Se ha constituido como un elemento propiciador del descanso urbano y escenario de actividades sociales y políticas y deberá mantenerse con esta función.

Calle 37.Malecón: Se extiende desde ave.40 hasta la rotonda en ave. 0 e incluye el malecón y la plaza recreativa, que por sus características paisajístico _ ambientales de marcada identidad hacen de éste un ambiente agradable de

gran aceptación, constituyéndose como sector propicio para el descanso y esparcimiento constituye la arteria principal Norte/Sur que vincula el Centro Tradicional con el sector sur de la ciudad.

Centro Recreativo Los Pinitos: Ubicado en ave.22 y litoral. Como espacio público posee una ventajosa ubicación como punto intermedio del sector de competencias de actividades náuticas y ha sido utilizado por la población como escenario de este evento deportivo, además de constituir un espacio de intercambio social y actividades recreativas.

Maleconcito de calle 35: Se extiende desde ave.22 hasta ave.12 y se constituye como arteria vial de uso público inmediato a la costa para el disfrute y beneficio de la población, respondiendo a las características de un paseo marítimo vehicular y peatonal. Posee un agradable ambiente marítimo y en época de competencias náuticas alcanza niveles muy elevados de aceptación al ser ampliamente utilizado por la población para el disfrute de las mismas.

Palacio Azul: Residencia construida en 1925. Este bello ejemplar ecléctico está ubicado en una esquina con jardines al frente, lateral y fondo. Su fachada principal asimétrica, se desarrolla en el primer y segundo nivel con vanos adintelados Coronan esta excelente joya arquitectónica una singular torre mirador acupulada que le otorga una gran prestancia a esta residencia que se ha convertido hoy en el Hostal Palacio Azul de Punta Gorda.

Club Cienfuegos: Construido entre 1918 y 1920. El actual Club Cienfuegos (antiguo Yacht Club) constituye por su diseño y belleza una de las más representativas edificaciones del estilo ecléctico en la ciudad. Este se concibió como Sociedad Deportiva (náutica). El edificio por su riqueza arquitectónica, el cualificado ambiente que posee y su propia actividad social y deportiva, fue el detonante que prestigió la nueva urbanización. La edificación tuvo una refinada decoración interior y excelentes acabados con amplias terrazas al mar.

Gerencia Almacenes Universales: Aledaña al litoral, con magníficas visuales al mar y en un entorno tranquilo y favorable se ubica esta edificación de estilo ecléctico. Presenta portal semiperimetral porticado, cubierta a varias aguas y amplios vanos donde se conjugan la madera los vitrales y el cristal, así como balconillos que permiten el vínculo interior exterior y una adecuada ventilación. Cuenta con áreas en su entorno que pudieran implementarse para la incorporación de variadas actividades. Fue construido entre 1930 y 1958.

Casa Verde: Muy próximo al Hotel Jagua se localiza este sólido inmueble de dos plantas y construcción importada de Norteamérica. Posee amplios salones y terrazas con vista al mar y en la decoración interior es profuso el uso de cenefas en las paredes y esmerados cielos rasos sobre cubiertas planas, fundamentalmente en estancias que fueron de mayor intercambio social. Ha tenido varios usos con fines turísticos y se propone como Hotel Encanto de la ciudad.

El Chalet de Valle: Mayor exponente del eclecticismo doméstico en Cuba y uno de los elementos que le confieren distinción propia a la ciudad. Casa quinta estilo morisco rematado por tres torres. Una gótica romana, otra india y la tercera un minarete estilo árabe además de una glorieta en la plataforma del techo, muestra la aplicación de técnicas constructivas y de las artes de carácter extranjerizante introducidas a principios del siglo XX.

Hotel Jagua: Construido en la segunda mitad del siglo XX fue reconocido como un elemento de identidad por sus valores arquitectónicos urbanos y paisajísticos, pues constituye un valioso testimonio del racionalismo en Cuba, marcado por una gran influencia norteamericana y Le Corbusier. En su arquitectura están presentes las líneas puras, soluciones rectilíneas y sencillas. La Punta: conformada por viviendas que constituyen bellos ejemplos de arquitectura en madera, junto a otras no menos valiosas por su tipología constructiva y diseños que la hicieron merecedora de la categoría de Patrimonio Nacional e incluirla dentro del área de protección del Centro Histórico declarado Patrimonio Cultural de la Humanidad. Este bello y valioso conjunto tiene como complemento el mar, el cual se visualiza desde todos los puntos dados las favorables características geográficas del lugar.

El Castillito: Es una construcción enmarcada entre finales del siglo XIX y principios del XX. Suntuoso inmueble ecléctico con valor arquitectónico. En su parte frontal es de madera y con cubierta a varias aguas de tejas francesas. Posee portal perimetral conformado por arcos ojivales. Se profusionan detalles decorativos de diversos estilos y materiales. Presenta arcos con detalles morisco/mudejar y pequeñas torres almenadas. Su función original fue la de vivienda. Posee amplias terrazas con visuales al mar, áreas de estar, jardines y gran área exterior. Actualmente es utilizado como casa de visita.

Centro Recreativo La Punta: Ubicado en la calle 33 final y litoral (Punta Gorda). Este centro como espacio público se inserta en un área privilegiada por su ubicación y características. Comprende un sector de costa, ampliamente aprovechado como playa por la población, debiendo ser preservado como elemento propiciador del descanso e intercambio social.

La Bahía Por sus posibilidades para el desarrollo de actividades náuticas, paseos y práctica de la pesca en sus diferentes modalidades, constituye un interesante atractivo turístico, permitiendo además la explotación del turismo de Crucero. Al sudeste del litoral, en la zona de Rancho Luna la barrera coralina permite la práctica del buceo con más de 26 puntos de inmersión, donde se puede apreciar una variada gama de especies, destacándose la llamada “Notre Dame”, la mayor columna coral de América Latina con más de 4 metros de altura.

En su entrada se yergue majestuosa la Fortaleza de Nuestra Señora de los Ángeles de Jagua, ejecutada en 1745 y única fortificación colonial del centro del país, declarada además Monumento Nacional, su entorno queda conformado por El Perché y El Castillo, pintorescos poblados de pescadores locales.

Tres pequeños cayos, Alcatraz, Carenas y Ocampo le conceden valor y belleza al paisaje de la bahía, este último además de poseer un valioso patrimonio arqueológico precolombino, ofrece la posibilidad para su explotación turística mediante un corto y agradable recorrido. En su litoral y bordeando el área urbanizada existen pequeñas playas que la población utiliza en la temporada veraniega.

Otros puntos de interés.

Cementerio de Reina: Único de su tipo que existe en el país con enterramiento en nichos verticales en todo su perímetro. Capilla y edificio de acceso o administrativo, formando una unidad constructiva, a semejanza del antiguo cementerio de espada en la Habana. Numerosas esculturas de mármol, principalmente de carácter religioso, completan la belleza del recinto y añaden una razón más para reafirmar los valores que hicieron posible declarar el camposanto Monumento Nacional en 1986.

Museo Naval de Cayo Loco: Al crearse oficialmente en 1902 el Departamento de Guardacostas, se retoma la idea del cayo como centro de operaciones. Hacia 1935 se continuaron los trabajos de ampliación y rellenos del cayo, ya

como distrito naval; ese mismo año se construyó el conjunto de edificaciones que lo conforma y quedó construida la Marina de Guerra Constitucional, .El 5 de septiembre de 1957 el cayo alcanza su máxima notoriedad al convertirse en el centro de actividades militares de la sublevación de marinos y civiles en Cienfuegos.

Cementerio Tomas Acea: Aparece como un singular exponente del Cementerio Jardín de influencia norteamericana, con su monumental edificio administrativo, inspirado en los templos griegos, refuerza el valor ambiental de esta necrópolis donde prima el área verde sobre las obras edificadas. Por sus valores artísticos, arquitectónicos, históricos y ambientales fue declarado Monumento Nacional en 1978. Se destaca el mausoleo de los mártires del 5 de septiembre de 1957, construido en ocasión del vigésimo aniversario de la heroica gesta.

Parque Villuendas: Se considera por su importante ubicación entre las avenidas 64 y 62 y las calles n41 y 43, vinculando esta a través de la avenida 64 uno de los ejes viales principales que dan acceso a la ciudad con otras zonas y atractivos turísticos por lo que resulta un punto obligado de tránsito.

En él se realizan actividades culturales que forman parte de las tradiciones de la ciudad como La Peña Campesina. En dicha plaza pública se creó la primera Plaza del Mercado que sufrió transformaciones hasta quedar convertida en la plaza actual.

Parque de la Aduana: Situado en la avenida 46 entre las calles 29 y 31, dicha avenida es un eje conector directo entre la Terminal de Cruceros y el Paseo del Prado y a través de las calles mencionadas con el Parque José Martí y el Boulevard . Ocupa un lugar privilegiado por sus visuales panorámicas hacia y desde la bahía por la acogedora sombra que se disfruta bajo los frondosos árboles que la conforman y caracterizan, su historia y características urbanísticas la convierten en una de las áreas más importante de la ciudad.

El Mambí: Se localiza en la calle 37 al finalizar el malecón. Agradable espacio por su ubicación y posibilidades de descanso para aquellos que gustan de caminar por esta zona para disfrutar del ambiente y el paisaje. Se mantendrá como parque con acciones encaminadas a la preservación y aumento de sus áreas verdes y al confort en el mismo.

Parque de Imago: Plaza situada en la intercepción de la calle 51A y avenida 5 de Septiembre; vía turística que enlaza el Polo Ciudad con el Polo Rancho

Luna/Pasacaballo. Agradable espacio que debe mantenerse con acciones para su conservación.

Plaza de Reina: Situado en la avenida 46 en el barrio residencial de Reina, conocido como Parque

de los Chivos ,es una zona de tránsito hacia el cementerio declarado Monumento Nacional y sitio de intercambio social y recreación para sus habitantes.

Parque de las Esculturas: Situado en la calle 37 esquina 10. Terminado recientemente, es un agradable espacio con buenas condiciones para el esparcimiento y el descanso, en él se muestran un conjunto de obras de escultores locales y una donación del artista Kcho que lo hacen único de su tipo en la ciudad y en el país.

Fuente: Tomado del Plan de Ordenamiento Turístico.

Anexos

Anexo 2.4: Alojamiento.

INSTALACIÓN DE ALOJAMIENTO	CAPACIDAD HABITACIONES	CATEGORÍA	ADMINISTRACIÓN	UBICACIÓN
Hotel Jagua	149	4 estrellas plus	Gran Caribe	Punta Gorda
Hotel La Unión	49	4 estrellas plus	Cubanacán	Centro Histórico
Hostal Palacio Azul	7		Cubanacán	Punta Gorda
Subtotal	205	-	-	-
Inmobiliaria	26	Alto Confort	Cubalse	Punta Gorda
Reina del Sur				
Residencias Inmobiliarias	3 Residencias 11 Habitaciones	Medio y Alto Confort	Cubalse	Punta Gorda

Anexo 2.5: Turismo Nacional.

TURISMO NACIONAL

INSTALACIÓN	CAPACIDAD HABITACIONES.	No. CAMAS
Hotel Perla del Sur	24	49
Hotel Ciervo de Oro	32	62
Hotel Punta la Cueva	67	134
TOTAL	123	245

Anexo 2.6: Actividad extrahotelera y otros servicios para el turismo.
ACTIVIDAD EXTRAHOTELERA Y OTROS SERVICIOS PARA EL TURISMO.

	TRD CARIBE	28
	ARTEX	5
	FCBC	3
Subtotal		83
Cafeterías y puntos de ventas	PALMARES	15
	CIMEX	5
	CUBALSE	3
Subtotal		23
Restaurante	PALMARES	1
Centros Nocturnos	PALMARES	2
	ARTEX	1
Centros Recreativos	PALMARES	2
Subtotal		6
Otros Servicios		
Transporte Turístico y Renta	TRANSTUR	
Agencias de Viajes	CUBANACÁN	1

Anexos

Anexo 2.7: Alojamiento propuesto y total de alojamiento.

ALOJAMIENTO PROPUESTO

INSTALACION	CAPACIDAD HABITACIONES	ADMINISTRACION	CATEGORIA	UBICACION	COSTO MP
Hotel San Carlos	49	No definido	Hotel E	Centro Histórico	2670
Hotel Ciervo de Oro	25	Islazul	3 estrellas	Centro Histórico	789
Hotel San Carlos 33	60	No definido	4 estrellas	Centro Histórico	5522
Hotel Florida	30	No definido	3 estrellas	Centro Histórico	2250
Hotel del Mar 1	125	No definido	4 estrellas	Centro Histórico	9375
Hotel del Mar 2	125	No definido	4 estrellas	Centro Histórico	9375
Sub total	414	-	-	Centro Histórico	29981

Sub total	414	-	-	Centro Histórico	29981
Hotel Compacto	300	Gran Caribe	5 estrellas	Punta Gorda	20000
Hotel Puesta del Sol	200	Cubanacán	4 estrellas	Punta Gorda	14393
Villa Náutica Residencial	175	Cubanacán	5 estrellas	Punta Gorda	4875
Hostal Casa Verde	8	Cubanacán	Hotel E	Punta Gorda	632
Hostal A. Universal	4	No definido	Hotel E	Punta Gorda	300
Hostal El Castillito	12	No definido	Hotel E	Punta Gorda	900

INSTALACION	CAPACIDAD HABITACIONES	ADMINISTRACION	CATEGORIA	UBICACION
Hotel La Unión	49	Cubanacán	4 estrellas	Centro Histórico
Hotel San Carlos	49	No definido	Hotel E	Centro Histórico
Hotel Ciervo de Oro	25	Islazul	3 estrellas	Centro Histórico
Hotel San Carlos 33	60	No definido	4 estrellas	Centro Histórico
Hotel Florida	30	No definido	3 estrellas	Centro Histórico
Hotel del Mar No 1	125	No definido	4 estrellas	Centro Histórico
Hotel del Mar No 2	125	No definido	4 estrellas	Centro Histórico
Sub total	463	-	-	Centro Histórico
Hotel Jagua	149	Gran Caribe	4 estrellas	Punta Gorda
Hostal Palacio Azul	7	Cubanacán	Hotel E	Punta Gorda
Inmobiliaria Reina del Sur	26	Cubalse	Alto confort	Punta Gorda
Residencias Inmobiliarias	11	Cubalse	Medio y alto confort	Punta Gorda
Hotel Compacto	300	Gran Caribe	5 estrellas	Punta Gorda

Anexos

Hotel Puesta del Sol	200	Cubanacán	4 estrellas	Punta Gorda
Villa Náutica Residencial	175	Cubanacán	4 estrellas	Punta Gorda
Hostal Casa Verde	8	Cubanacán	Hotel E	Punta Gorda
Hostal A. Universal	4	No definido	Hotel E	Punta Gorda
Hostal El Castillito	12	No definido	Hotel E	Punta Gorda
Hotel Bahía	120	Gran Caribe	4 estrellas	Punta Gorda
Sub total	1012	-	-	Punta Gorda
TOTAL	1475	-	-	Ciudad

Anexos

Anexo 2.8: Ingresos.

INGRESOS POR ACTIVIDADES FUNDAMENTALES. AÑO 2005.

ACTIVIDAD	U/M	INGRESOS	% DEL TOTAL
Hotelera	MUC	3796.2	19.0
Extrahotelera	MUC	10389.0	51.6
Apoyo	MUC	5943.2	29.5
TOTAL	MUC	20128.4	100

*.- Incluye solamente hoteles de la ciudad.

INGRESOS POR ACTIVIDADES 2000-2005 (PROVINCIA).

CONCEPTO	UM	2000	2001	2002	2003	2004	2005	%
Ingresos	MCUC	19027.3	21608.7	20738.3	23595.2	24627.3	24531.2	100
Act.Hotelera	MCUC	4206.2	4765.7	3955.6	5530.5	7029.6	8199.0	33.4

Anexo 2.9. Metodología para la mejora y diseño de productos turísticos y su comercialización (MEPROTUR) Funcia Moran, Carlos y otros

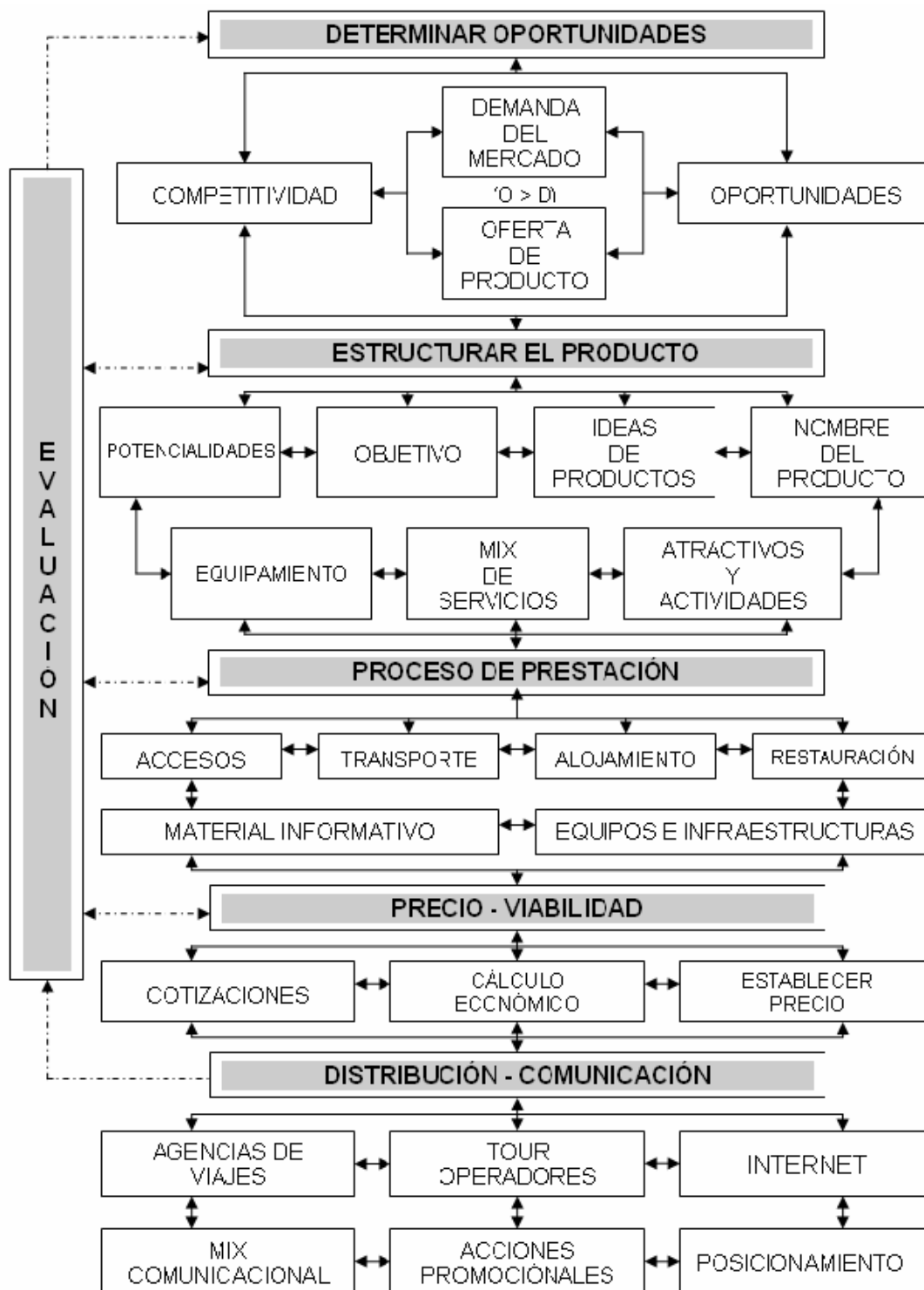


Fig. 1: Metodología para la mejora y diseño de productos turísticos y su comercialización (MEPROTUR). Funcia Morán, Carlos y otros.

Anexo 2.10: Relación Oportunidades – Potencialidades

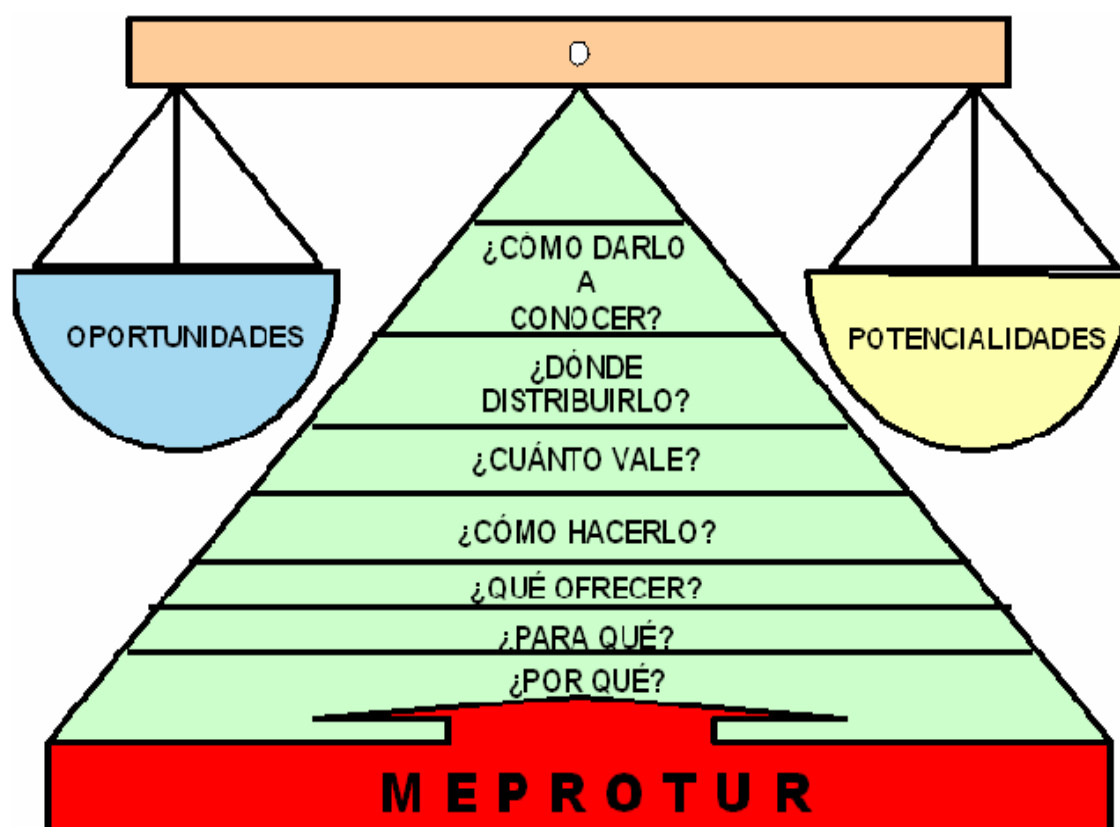


Fig. 3. El proceso de mejora y diseño de nuevos productos turístico como actividad científica. Funcia Morán, Carlos y Otros

Anexo 2.11: Plan general urbano de la ciudad de Cienfuegos

Contenido

- **PRESENTACIÓN DE LA CIUDAD**

Reseña histórica de su fundación

Caracterización.

Estructura administrativa y funcional

Balance de áreas actual

Diagnóstico

- **MEDIO AMBIENTE**

Características físicas – geográficas.

Potencialidades y Restricciones.

Principales afectaciones a los recursos naturales.

Desastres naturales y tecnológicos

Principales focos contaminantes.

Problemática de las áreas marinas y costeras

Problemas del Sistema de Áreas Verdes y Espacios Públicos

Desechos sólidos urbanos

Cementerios.

Zonificación Ambiental

- **RÉGIMEN URBANÍTICO DEL SUELO**

- **ANÁLISIS DEMOGRÁFICO. OCUPACIÓN Y RECURSOS LABORALES**

Análisis demográfico

Ocupación y Recursos Laborales

- **PRODUCCIÓN**

Antecedentes históricos del desarrollo productivo en la Ciudad.

Economía del territorio.

Caracterización de las zonas industriales.

La producción en la trama urbana.

Problemática de las zonas industriales.

- **HÁBITAT**

Indicadores Generales

Tipología y estado técnico de las viviendas.

Situación actual de las cuarterías.

Depreciación del fondo actual de viviendas.

Caracterización del Hábitat: Facilidades urbanísticas, estructura, morfología.

Acciones constructivas.

Problemática general actual.

Zonas con nivel de urbanización muy deficiente.

Análisis del proceso inversionista en la vivienda.

Soluciones a la problemática de la construcción de viviendas y su infraestructura

Potencialidades locales y Estrategia

Potencialidad actual de áreas para el crecimiento.

- **SERVICIOS SOCIALES Y SISTEMA DE CENTROS**

Análisis de los Servicios Sociales, su distribución estado y el comportamiento del proceso inversionista.

Principales problemas actuales por sectores o redes.

- **TURISMO**

Atractivos fundamentales de la ciudad.

Potencial de áreas libres.

Otras potencialidades

Situación actual del alojamiento en la Ciudad.

La actividad extrahotelera.

Ingresos.

Problemáticas fundamentales para el desarrollo turístico en la Ciudad.

Potencialidades y restricciones.

- **REDES HIDROTÉCNICAS**

Soluciones o inversiones ejecutadas en esta etapa.

Situación actual.

Abastecimiento de Agua

Alcantarillado.

Drenaje.

Problemática de las redes hidrotécnicas sobre el medio ambiente. Impactos negativos.

- **RED ELÉCTRICA Y COMUNICACIONES**

Sistema de servicio eléctrico.

Comunicaciones.

- RED VIAL. TRANSPORTE E INFRAESTRUCTURA

Red vial.

Transporte.

Problemas detectados en el diagnóstico.

Anexos

Servicios directos	Cantidad	Administración	Centro Histórico	Punta Gorda	Castillo
Hospedaje					
<i>Hoteles</i>	10				
De ellos. En MLC	7	4- Cubanacán * (a)	1	1	
		2- Islazul*			
		1- Gran Caribe*		1	
De ellos. En MN	3	1- EGM (b)			2
		2- CM (c)			
<i>Residencias Inmobiliarias</i>	2	CUBALCE*		2	
<i>Casa de alquiler (d)</i>	457				
De ellas: en MLC	271	Particular			
De ellas: en MN	148	Particular			
<i>Casas de visita</i>	17		3	7	
<i>Casas de visita</i>	17		3	7	
Alimentación					
<i>Restaurantes</i>	29				
De ellos: en MLC	16	5- Palmares*	4	1	
		3- Gran Caribe*		3	
		3- UBGD (e)		1	1
		3- Cubanacán*	1		
		2- Islazul*			
De ellos: en MN	13	3- EGM (f)	2	1	
		10- OEE (g)	5	4	-

Paladares	14				
De ellas: legales	2				
En MLC	1	Particular		1	
En MN	1	Particular	1		
De ellas: ilegales	12	Particular	4	1	7
(h) Cafeterías y Puntos de venta	96				
De ellas: en MLC	25	13- Palmares*	6	3	
		10- Cemex	2	2	
		1- CUBALCE*			
		1- Artex	1		
De ellas: en MN	(71)	51- EGM	9	1	
		20- OEE (i)	3	3	
Panaderías	8	Empresa cubana del pan	1		1
Pescaderías	4				
Mercados agropecuarios	4		1		1
Transporte					
Terminales de ómnibus	3				
Intermunicipales (k) (Unidad 342)	1	MITRANS			
Interprovinciales (ASTRO) (l)	1	MITRANS			
Vía Azul (m)	1	MITRANS			

Expediciones de ómnibus urbanos (n)	1	Poder Popular Municipal	1		
Terminales de trenes (o)	1	MITRANS			
Marina y bases náuticas	2	1- Marina Marlin* (p)		1	
		1- Terminal de Cruceros (q)	1		
(r)Aeropuertos	1				
Servicios de renta (s)	8	7-Transtur	2	2	
		1- Palmares* (t)			
Servicio de taxis	1(u)	Cubataxis			
De ellas en MLC	1	Cubataxis			
De ellas en MN	1	Cubataxis			
Taxis particulares		Particular			
Piquera de bicitaxis (v)	3	Particular	3		
Paradas de coches de (w)	14	Particular	1	1	
Paradas de coches de (w) tracción animal	14	Particular	1	1	
Gasolineras	8	6-Cimex		1	1
		2- Oro negro	1		
Centros de servicios de información y guía turística	10				
Agencias de	9	3- Habanatur*	1	1	

Anexos

viajes (poner la guianza)		3- Cubanacán*	1	1	
		2- Cubatur*	1	1	
		1- Paradiso		1	
Información al turismo	3	INFOTUR*	1	1	
Servicios indirectos					
Servicios Bancarios y Financieros					
Bancos y sucursales bancarias	7	2- (wx) BANDEC	2		
		4- (y) BPA	2		1
		1- (z) BFI	1		
Casa de cambio (aa)	1	CADECA	1		
Comunicaciones					
Servicios Telefónicos					
Correos	8	ECC (bb)	1		1
Minoristas					
De ellas en MLC	83	28- TRD	12	2	1
		21- CIMEX	10	3	1
		16- CARACOL*	8	3	
		7- CUBALSE*	6		
		5- ARTEX	3	1	
		2- FCBC	2		
		4- TRASVAL			1

Anexos

		1- Publigráf	1		
		4- EPS (cc)			
		1- PAMEX	1		
De ellas en MN	10	EPPI (dd)	6		
<i>Mercados ideales</i>	2	OEE	2		
Servicios culturales y recreativos (y)					
<i>Grupo de teatros</i>	6	MINCULT			
<i>Grupo de música</i>	134	MINCULT			
<i>Grupo de danza</i>	2	MINCULT			
<i>Cine-Teatro</i>	3	MINCULT	2		
<i>Teatros</i>	6	MINCULT	5		
<i>Galerías de arte</i>	3	MINCULT	2		1
<i>Salas de video</i>	6				1
<i>Museos</i>	5	4- MINCULT	3		1
		1- INDER	1		
<i>Bibliotecas</i>	3	2-MINCULT	2		

Anexos

		2- Islazul*			
De ellas: en MN	27	2-OEE (ff)	1	1	
		21- EGM (gg)	1	3	
		3- EM (hh) 1-UNEAC (ii)	1		2
Centros Deportivos	61	INDER	12	15	5
De ellas en MLC	1	Palmares*	1		
De ellas en MN	60	INDER			
<i>Servicios de toma de videos (jj) fotografías</i>	3	3- CIMEX	3		

Fuente: Información obtenida en los programa de desarrollo y planes estratégicos de los organismos implicado y en la observación participante realizada al sistema institucional

- a) Las entidades que aparecen la columna referidas a la Administración con un asterisco (*) pertenecen al MINTUR
- b) Empresa Gastronómica de Cienfuegos

Fuente: Información obtenida en los programa de desarrollo y planes estratégicos de los organismos implicado y en la observación participante realizada al sistema institucional

a) Las entidades que aparecen la columna referidas a la Administración con un asterisco (*) pertenecen al MINTUR

b) Empresa Gastronómica de Cienfuegos

c) Comercio Minorista

d) El total de cuartos que se explotan de estas casas es de 555, divididos en 379 en CUC y 176 en MN.

e) Unidad Básica de Gastronomía en Divisa. Estos brindan fundamentalmente servicios a tercero (Organismos que contratan cualquier tipo de servicios de alimentación)

f) En este caso los restaurantes “La Pizzería” y “El Covadonga” ofertan productos en divisas (bebidas, confituras, entre otros) que se utilizan para recaudar divisas y diversificar sus oferta.

g) Empresa provincial especializada en gastronomía y mercaditos. En este caso los restaurantes “Plaza”, “Los Pinitos” y “La Laguna del Cura” ofertan productos en divisas (bebidas, confituras, entre otros) que se utilizan para recaudar divisas y diversificar sus oferta.

h) Incluye los bares

i) En este caso las unidades “Guamá”, “Perla del sur” y “Sondyclub” brindan servicios en doble moneda. Además cuenta con dos bares (“El Pianobar” y “El bar Don Luis”) que también operan en doble moneda.

j) Solo se toman los que ofertan gastronomía ligera

k) Tiene conexiones desde el municipio cabecera hacia Cumanayagua (3 salidas), Aguada (2salidas), Rodas (3 salidas), Cartagena (2 salidas), Abreus (3 salidas), Constancia (3 salidas), Lajas (6 salidas), Cruces (3 salidas), Palmira (3 salidas), Baños (3 salidas), Camarones (2 salidas) y Pasacaballos (9 salidas). Es de destacar que la salida de los ómnibus los planifica los destinos receptores. El servicio solo se realiza a los recorridos más distantes de forma eventual dado lo viejo del parque (ómnibus de más de 20 años en explotación). Este servicio es malo considerando que el mismo no llega a todos los Asentamientos por el mal estado de la red vial.

- l) Tiene conexiones desde el municipio cabecera hacia Ciudad Habana (5 salidas), Trinidad (2 salidas), Santa Clara (2 salidas), Matanzas (1salidas), Santiago de Cuba, (1 salidas), además cuenta con otro destinos con salidas días alternos, Camagüey (1 salidas), Aguada (1 salidas), Jagüey (1 salidas) y Cumanayagua (1 salidas). Este servicio es bueno y cuenta con ómnibus
- m) Viazul brinda servicio al turismo, el municipio tiene conexiones con Ciudad Habana (2 salidas), trinidad (4 salidas), Varadero (2 salidas), Playa Larga (1 salidas), Girón (1 salidas) y Santa Clara (1 salidas). Es importante señalar que este servicio no se nace desde el municipio, sino que está dentro de los recorridos de estos destinos.
- n) .Se encuentra en regular estado, en la misma se ofrecen todos los servicios de mecánica, fregado, engrase, así como el control de los ómnibus.
- o) En este caso se hace referencia a la terminal de viajeros. Cuenta con servicios de estancia al viajero, su problemática es que aún quedan inversiones pendientes de ejecución como es el caso del patio técnico, enlace e instalación del edificio para el servicio expreso y otras pequeñas inversiones. Tiene conexiones con Santa Clara (1salida), (Aguada 1salida), (Santo Domingo 1salida), (Ciudad Habana 1salida), (Sancti Espíritu 1salida). Todas las ellas salidas dependen del territorio, menos el caso de Villa Clara que el servicio pertenece a ese territorio. Cuenta con 5 locomotoras para este servicio, aunque en muchas ocasiones este falla debido a la necesidad de utilizar estas en los trenes de carga que son priorizados, lo que ocasiona que el servicio se comporte de forma irregular.
- p) Esta está conformada por dos instalaciones: Atraques y Base de la Marina (Cuenta con una capacidad de 30 atraques para embarcaciones del tipo Monocasco-Motoveleros, Catamaranes y artistas independientes, todos los atraques cuentan con sistemas de luminarias y servicio de agua, electricidad, TV (UHF, VHF) con torretas situadas a lo largo de los atraques y en tierra cuenta con los servicios elementales) y Atraques de la Base Charter del Club Cienfuegos (La capacidad de atraques es para 10 embarcaciones del tipo Catamarán, cuenta con servicios de tiendas, comisaría, restaurante, etc.). Es importante señalar que el estado de este último admite la construcción de nuevos atraques.

q) Esta pequeña instalación se localiza en el atraque No. 3 de la Zona Portuaria No. 1 (conocida como Olimpia Medina) del puerto comercial, el área que ocupa esta Terminal es de 7280 m² y comprende todo el atraque No.3 de 150.0m de largo con parte de su retaguardia y el área que ocupa el edificio de la Terminal con 900.0m². En este edificio se cuenta con sala de estar, servicio de comisaría, aduana, Tienda, baños, TV, etc.

r) La ciudad cuenta con el Aeropuerto “Jaime González” el cual según clasificación dada por la Organización Internacional de Aeronauta Civil (OACI) y el Instituto de Aeronáutica Civil de Cuba (IACC) clasifica, como un Aeropuerto Internacional tipo

C. Asimila vuelos de Canadá y de Estados Unidos. Cuenta con una pista de 2400m de longitud y 45.0m de ancho, y un sistema de iluminación para operar vuelos diurnos y nocturnos. La Terminal aérea de nueva tecnología inaugurada en el año 2004 tiene una capacidad de 250 pasajeros entrando y 250 pasajeros saliendo. Los servicios que se prestan en el lugar son: sala de estar con sistema de TV y climatización, servicios sanitarios dentro y fuera de la instalación, tiendas, cafeterías dentro y fuera del edificio Terminal, servicios Bancarios, recepción e instalación de equipajes, controles aduanales, inmigración y extranjería. El resto de las instalaciones exteriores que prestan servicio son: parqueo público para 70 vehículos, servicio de Taxis, RENT – CAR, base de combustibles, incinerador internacional, iluminación nocturna de la pista, sistema de señales para la navegación aérea, nave para mantenimiento y reparación de equipos aeroportuarios, servicios de prevención y extinción de incendios.

s) Este servicio cuenta con autos ligeros (229), ómnibus pequeños (8), ómnibus medianos (10), ómnibus grandes (4).

t) Esta empresa es la que brinda el servicio de renta de motorinas.

u) Este servicio es prestado por Cubataxis, que cuenta con dos UEB, una en divisas (cuenta con 72 autos) y otra en moneda nacional (cuenta con 52 autos)

v) Este servicio cuenta con 77 bicitaxis.

w) Cubren en toda la ciudad el déficit que presenta el sistema de ómnibus. Existen actualmente 7 piqueras con uniones en 14 paradas para que la población pueda acceder a los mismos. Este servicio cuenta con 452 coches.

x) Banco de Crédito y Comercio, estos cuentan con 3 cajeros automáticos.

- y) Banco Popular de Ahorro, estos cuentan con 3 cajeros automáticos.
- z) Banco Financiero Internacional.
- aa) En la ciudad se cuenta además con 2 puntos de canje de CUC por moneda nacional.
- bb) Empresa de Correos de Cuba. Brinda servicio de correo electrónico con salida y entrada internacional.
- cc) Empresa provincial de servicio
- dd) Empresa provincial de productos industriales
- ee) Del total inventariado 15 constituyen centros nocturnos.
- ff) En este caso el centro “El Caribe” brinda servicios en doble moneda
- gg) Incluye unidades que brindan servicios en doble moneda como: “La Punta” y “El Mella”.
- hh) En este caso se hace alusión a dos complejos recreativos (“Aires Libres” y Rancho Club”) que cuentan con servicios de cafetería, restaurante, servibar y alojamiento.
- ii) Unión Nacional de Escritores y Artistas de Cuba
- jj) En este caso solo se cuenta con un servicio de toma de videos, brindado en la madrileña, ubicada en Ave 56 % 33 y 35.

Anexo 3.2: Servicios públicos

Servicios	Cantidad	Administración	Centro Histórico	Punta Gorda	Castillo
Salud Pública		MINSAP			
<i>Hospitales</i>	3	MINSAP		1	
<i>Clínicas estomatológicas</i>	3	MINSAP	1		
<i>Consultorios médicos</i>	196	MINSAP			
<i>Policlínicos</i>	8	MINSAP	1		1
<i>Ópticas</i>	3				
De ellos: en CUC	1	Cubanacán (MINTUR)	1		
De ellos: en MN	2	MINSAP	1		
<i>Farmacias</i>	30				
De ellos: en CUC	3	Cubanacán (MINTUR)	2	1	
De ellos: en MN	27	MINSAP	6	1	2
<i>Cínica internacional</i>	1	Cubanacán (MINTUR)		1	
<i>Servicio de</i>	1	MININT	1		

1

De ellos: en MN	2	MINSAP	1		
<i>Farmacias</i>	30				
De ellos: en CUC	3	Cubanacán (MINTUR)	2	1	
De ellos: en MN	27	MINSAP	6	1	2
<i>Cínica internacional</i>	1	Cubanacán (MINTUR)		1	
<i>Servicio de Migración</i>	1	MININT	1		
<i>Servicio de consultoría jurídica</i>	1	Ministerio de Justicia	1		

Fuente: Información obtenida en los programa de desarrollo y planes estratégicos de los organismos implicado y en la observación participante realizada al sistema institucional