



*Universidad de Pinar del Río "Hermanos Saíz Montes de Oca"*  
*Universidad Técnica de Cotopaxi*



**UNIVERSIDAD DE PINAR DEL RÍO**  
**"HERMANOS SAIZ MONTES DE OCA"**  
**UNIVERSIDAD TECNICA DE COTOPAXI**



**Trabajo De Diploma Con Opción Al Título De Ingeniero En**  
**Ecoturismo**

**Título: "PROPUESTA DE UN PLAN ESTRATEGICO PARA EL**  
**DESARROLLO DEL TURISMO CULTURAL EN LA CUIDAD DE**  
**PINAR DEL RIO"**



**AUTOR: EDWIN IVAN ZAPATA HERRERA**

**TUTOR: Dr. FIDEL ORTIZ ORDAZ**

**COTUTORA: Lic. ODALYS BLANCO**

**Pinar del Río, República de Cuba marzo 2010**



# PENSAMIENTO

*"Somos hombres; es decir, la especie que es capaz de pensar, de tener voluntad, de actuar. No somos un rebaño de seres inconscientes. Esa es nuestra apuesta, el hombre y la capacidad del hombre".*

*"Los recursos humanos, bien organizados, cuánto pueden aportarnos; los conocimientos que tenemos, cuánto pueden ofrecer y producir; la buena voluntad de los trabajadores, el entusiasmo con que apoyan todas las tareas de la Revolución, cuánto puede contribuir al avance de nuestra patria y a la solución de los problemas y dificultades más apremiantes". (Clausura del V Congreso del PCC, 10 de octubre de 1997).*

**Fidel Castro Ruz**



*Universidad de Pinar del Río "Hermanos Saíz Montes de Oca"*  
*Universidad Técnica de Cotopaxi*



# Declaración de Autoría

Yo **EDWIN IVAN ZAPATA HERRERA**, autor del presente Trabajo de Diploma, autorizamos a la Universidad de Pinar del Río "Hermanos Saiz Montes de Oca" hacer uso del mismo ya sea con fines investigativos, docentes o de otra índole, siempre que reporte conocimientos y ayuden a quien lo necesite.

Para constancia de lo anterior, firman:

-----

Iván Zapata H.

-----

Doctor Fidel Ortiz

Pinar del Río, Marzo 2010  
República de Cuba



*Iván*

## *Dedicatoria*

Concederme dedicar este trabajo de diplomado a todos mis seres queridos que han estado a mi lado en especial a mi familia la cual está en cada paso de mi vida, En este momento tan importante, vienen a mi mente gratos recuerdos, a ellos les dedico estas palabras las cuales salen de lo más profundo de mi corazón.

- A mis padres Julio Zapata y Rosa Herrera, que con su afecto, cariño y comprensión supieron guiar mis pasos por el camino correcto.
- A mis hermanos William y Susana, por el apoyo brindado en los momentos que más lo necesitaba durante el lapso de mi vida.
- A mi cuñado Juan Carlos Balarezó por su apoyo y cariño.
- A mi cuñada Gloria Molina por ser una hermana más.
- A mis sobrinas Anahi y Carlita por su ternura incomparable.
- A mi familia por estar siempre dispuestos ayudarme.
- Aquella persona con quién compartí los mejores momentos de mi vida estudiantil: Anita , Elizabeth , Eduardo y Jenny por las experiencias compartidas, quienes estuvieron siempre a mi lado
- A todos mis profesores por todo su cariño y amistad brindada.

A todos siempre les llevare en mi corazón por ser parte de mi vida.



# *Agradecimiento*

- ❖ *A Dios por darnos un día más para apreciar cada amanecer.*
- ❖ *A mis padres que con su ternura, paciencia, cariño y comprensión, supieron apoyarme de una u otra manera para poder culminar con una etapa más de mi vida estudiantil.*
- ❖ *A mis hermanos Susana y Willian por estar presente en cada paso e instante de mi vida.*
- ❖ *A un gran amigo como es Lic. Carlos Alban*
- ❖ *A mis amigos por su apoyo en todo momento.*
- ❖ *A mi tutor Doctor. Fidel Ortiz, por ser más que un profesor, fue un amigo incondicional, que con su dedicación, paciencia y enseñanza supo orientarnos al momento de cumplir con nuestro objetivo.*
- ❖ *A mi Guía y amiga licenciada Odalys María Blanco Catalá que me demostró su calidad de ser humano que estuvo apoyándome en cada paso de mi tesis .*
- ❖ *A todas aquellas personas, familiares y amigos que de una forma u otra han contribuido de forma incondicional en la realización de este trabajo y en nuestra vida personal.*

*A todos muchas gracias.*



## *Resumen*

Esta investigación tiene como propuesta implementar un plan estratégico para el desarrollo del turismo cultural en la Ciudad de Pinar del Río, que abarque aspectos necesarios para contar a corto, mediano o largo plazo con una estrategia que enriquezca la imagen turística de la Ciudad y obviamente aumente el grado de satisfacción del visitante que la frecuente, facilitándole el acceso a la información en torno a los valores culturales.

Históricamente el Desarrollo Turístico de la Ciudad de Pinar del Río ha estado relacionado directamente con su historia cultural, nutriendo de forma incontrolada el deseo de los viajeros por conocer una arquitectura distinta y auténtica, presentando sus costumbres y su identidad con una imagen nueva y legítima.

Este trabajo materializa su propósito a través de una propuesta de un Plan estratégico para el desarrollo del turismo cultural en la ciudad de Pinar del Río. El objetivo general es el siguiente: “Proponer un Plan Estratégico para el desarrollo del Turismo Cultural en la ciudad de Pinar del Río”; Implementando una serie de estrategias que mejoren su posicionamiento hacia el mercado meta. Para ello se identifica como problema: “Insuficiente conocimiento de nuestros valores culturales, así como su adecuada promoción, lo que provoca limitadas ofertas de turismo cultural en la Ciudad de Pinar del Río.”

Para el cumplimiento del objetivo principal se ha dividido el trabajo en tres capítulos. En el primero se abordan los fundamentos teórico-metodológicos de la Investigación; en el segundo se realiza una caracterización de la situación actual del turismo cultural en la ciudad de Pinar del Río y en el tercer capítulo se presenta la propuesta del plan estratégico para el desarrollo del turismo cultural en la ciudad de Pinar Del Río, siendo un elemento prioritario en el ordenamiento del sistema turístico, tanto para la puesta en valor e incorporación del consumo de los recursos que integran el Patrimonio Cultural, como para mejorar los flujos turísticos por el interior de la Ciudad.



### **Summary**

This Work materializes has purpose through a Proposal of strategic plan for the development of the cultural tourism for Pinar City of the Rio, that gathers necessary aspects to tell to short, medium or long term with a strategy that you enrich the City's tourist image and that obviously increase the grade of satisfaction of the visitor that frequents it, when making easy access and information about the cultural moral values for him.

Historically the Tourist Development of Pinar City of the Rio has been related directly with his cultural history, nourishing of uncontrolled form the desire of the travelers to know a different architecture and certificate, presenting his habits and his identity with a new image and legitimates.

You call the present work oneself: Strategic plan for the development of the cultural tourism in her, take care of Pine Grove of the Rio. The general objective is the following: "Proposing a Strategic Plan for the development of the Cultural Tourism at Pinar city of the Rio"; Implementing a series of strategies that they improve his positioning toward the target market. For it himself I identify like problem: "Insufficient knowledge of our cultural moral values, as well as his adequate promotion, that provokes limited offers of cultural tourism at Pinar City of the Rio."

The work has split into three chapters for the fulfillment of the principal objective. Methodological of Investigation go aboard the theoretic foundations themselves in the first post office box; A characterization of the present-day situation of the cultural tourism in her comes true in the second one take care of Pine Grove of the River in the third chapter and the proposal of the strategic plan is up for the development of the cultural tourism in her take care of Pinar Grove of the Rio, being a priority element in the sorting of the tourist system, so much for the setting in value and incorporation of the consumption of the resources that they integrate the Cultural Patrimony, as if to improve the tourist flows for the inside of the City.



## INDICE

<b>1. CAPÍTULO I</b> .....	<b>1</b>
1.1.1. Tendencias actuales del turismo a nivel internacional.....	1
1.1.2. Referentes Teóricos sobre turismo. ....	4
1.1.3. Referentes Teóricos sobre Cultura. ....	5
1.1.4. Relación Cultura y Turismo .....	7
1.1.5. Turismo Cultural .....	8
1.1.6. Evolución del Turismo Cultural .....	11
1.1.7. Perfil del Turista Cultural.....	12
1.1.8. Mercado Cultural.....	13
1.1.9. Producto Turístico .....	15
1.2. Componentes de la oferta Turística Cultural.....	17
1.2.1. Turismo cultural en Cuba .....	18
1.2.2. El turismo cultural en la Provincia de Pinar del Río. ....	20
1.2.3. Turismo de ciudad .Conceptos: .....	21
2. Capítulo II:.....	24
2.1. Diagnóstico de la Situación Actual del desarrollo del turismo cultural en la Ciudad de Pinar del Río.....	24
2.2. Aspectos metodológicos.....	26
2.3. Turismo en la Provincia de Pinar del Río.....	27
2.4. Turismo en la Ciudad de Pinar del Río. ....	28
2.5. Características Histórico – Culturales de la Ciudad de Pinar del Río con valor para el turismo internacional. ....	29
2.6. Gastronomía típica de la provincia.....	31
2.7. Lugares de enterramiento. ....	32
2.8. Principales Atractivos Turísticos.....	34
2.9. Selección y Caracterización de la Muestra.....	48
3. CAPÍTULO III .....	55
3.1. Diagnóstico de la actividad turística en Pinar del Río.....	55
3.2. Líneas de actuación para la dinamización turística de la ciudad.....	57
3.3. Objetivos Estratégicos y Programas de actuación.....	59
3.4. Propuesta preliminar de área recurrente para actividades comerciales y recreativas de apoyo al turismo cultural.....	60





## *INTRODUCCIÓN*

Hoy en día el turismo afecta a cada continente, país y ciudad. Las economías están influidas, tanto por las personas que viajan a otras partes (gastos de importación en otros lugares) como por las exportaciones de servicios turísticos (consumos realizados por los turistas en los sitios que visitan). Los destinos turísticos deben decidir qué mercados emisores son los más importantes, y cuáles desean captar, pues a pesar de que en la actualidad el turismo es el sector de crecimiento más rápido, como cualquier industria depende de los ciclos, las modas, la intensa competencia y el entorno en general.<sup>1</sup>

El turismo está considerado como una forma de acceder a la cultura y ésta, a su vez, atrae el turismo. En este sentido, no es menos cierto que todo tipo de turismo tiene un componente cultural y que la gente se abstendría de viajar si no existiera algo diferente que ver en su destino. Además, la cultura y el patrimonio generan flujos turísticos atendiendo a distribuciones geográficas desiguales e irregulares, condicionando la localización turística en base a la oferta cultural, la riqueza arquitectónica, museística, etc....

El creciente desarrollo que ha sufrido el turismo cultural en los últimos años ha venido motivado fundamentalmente por una triple causa: la valoración creciente de la cultura y el patrimonio histórico por parte de la sociedad, la tendencia a abandonar el modelo tradicional de sol y playa y el proceso de tercerización que ha experimentado desde hace décadas la economía<sup>2</sup>.

Este crecimiento ha sido más notable en las ciudades o conjuntos históricos declarados “Patrimonio de la Humanidad” por la UNESCO, que se están constituyendo en hitos de referencia del turismo, tanto cultural como de masas, y en

---

<sup>1</sup> Recorridos turísticos. Disponible en <http://www.infotur.cu>. febrero 2010

<sup>2</sup> Ander Egg, E. Metodología de trabajo social. Metodología y práctica de la animación sociocultural. Madrid, Instituto de Ciencias Sociales Aplicadas, (1983)



el marco del crecimiento del turismo urbano y de las nuevas temporalidades, donde tiene un futuro prometedor<sup>3</sup>.

La demanda turística está cambiando, se considera al turismo cultural como la superación del turismo de masas, consumista y de evasión. En este sentido, es fundamental conocer en detalle las motivaciones que permiten definir las características del turista cultural, teniendo en cuenta que la motivación o manifestación básica del turismo cultural se corresponde con los testigos materiales de la historia, con el patrimonio arquitectónico tangible y con los bienes físicos. De esta forma, se podrán analizar cuáles son las actuaciones más importantes a abordar desde el punto de vista de la gestión del turismo cultural.

Esta investigación parte del **Problema** del “Insuficiente conocimiento de nuestros valores culturales, así como su adecuada promoción, lo que provoca limitadas ofertas de turismo cultural en la Ciudad de Pinar del Río.”

Y como **objeto** de este estudio: Proceso de gestión del Turismo Cultural.

El **Objetivo General** es, “Proponer un Plan Estratégico para el desarrollo del Turismo Cultural en la ciudad de Pinar del Río”

Y se planteó como **Hipótesis** que “Si se establecen los fundamentos teóricos y metodológicos que potencien el turismo cultural y se caracteriza como se manifiesta esta modalidad en la ciudad de Pinar del Río y las potencialidades existentes para la misma, entonces se podrá hacer una propuesta de Plan Estratégico para el desarrollo del Turismo Cultural en la referida ciudad.”

Para complementar el objetivo general se planteó como:

**Objetivos Específicos:**

1. Diseñar fundamentos teóricos y metodológicos que sirvan de base para el diseño de una propuesta de Plan Estratégico para el desarrollo del Turismo Cultural.

---

<sup>3</sup> De la Torre, P. O. El Turismo como Fenómeno Social, ED, Fondo de Cultura Económica. México ,(1980)



*Universidad de Pinar del Río "Hermanos Saíz Montes de Oca"*  
*Universidad Técnica de Cotopaxi*

---



2. Caracterizar la oferta de turismo cultural en la ciudad de Pinar del Río y las potencialidades que la misma tiene para el desarrollo de esta modalidad, mediante el diagnóstico actual de la misma.
3. Establecer las bases para el diseño e implementación de un plan estratégico, para el desarrollo del turismo cultural en la ciudad de Pinar del Río.

El primer Capítulo, "Generalidades del turismo cultural y arte popular tradicional ", aborda los elementos teóricos referentes al turismo cultural y su desarrollo, los cuales resultan indispensables para la comprensión de los elementos a tratar en el segundo Capítulo, para la Propuesta de Oferta Integrada de Turismo Cultural y el arte popular tradicional para la Ciudad de Pinar del Río.

En la investigación se utilizan los métodos lógicos, históricos, de análisis y síntesis, deducción e inducción, de sistema y dialéctico, contribuyendo los mismos a una buena realización de la investigación.

Por otro lado, en el método empírico serán muy empleadas técnicas como la revisión de documentos, encuestas, entrevistas, mediciones, fundamentalmente en la interacción con los turistas actuales y potenciales, así como con los entes determinantes en la conformación del producto final.



## 1. CAPÍTULO I

- ✚ Fundamentos Teóricos y Metodológicos para el diseño de una propuesta de Plan Estratégico y desarrollo del Turismo Cultural.

En este capítulo se abordan las diferentes definiciones del turismo según la evolución del mismo en el tiempo tomando en cuenta como objetivo básico la conceptualización que algunos autores le dan sobre al tema.

### 1.1.1. *Tendencias actuales del turismo a nivel internacional.*

En el análisis de las experiencias de ocio de Dumazedier, citado por Richards (2001), se identifican dos categorías de experiencias. La más pasiva puede ser nombrada ocio recreativo, el cual recrea al individuo a través del descanso y la relajación, y otra, el ocio creativo, que conduce a un nuevo estado el cual permite al participante desarrollar nuevos conocimientos, habilidades y competencias.<sup>4</sup>

El turismo internacional ha presentado un desarrollo acelerado, “incluso con graves crisis económicas y financieras sufridas en ese período. Por otra parte, debe señalarse también, que el decrecimiento del 2001 por causa de los trágicos hechos del 11 de Septiembre, ya se proyectaba en cierta medida antes del fatal día, porque los mercados financieros internacionales habían presentado balances muy negativos y en muchos países desarrollados se había producido una cierta recesión económica”.<sup>5</sup>

Durante los últimos 58 años el desarrollo turístico ha transitado por diferentes fases de comportamiento. En principio se dio un crecimiento acelerado, multiplicándose por 6,64 veces en los primeros veinte años, mientras que en los veinte años posteriores el multiplicador fue de 2,76. Desde 1990 y hasta el 2003 fue de sólo un 1,52. A partir del 2004 ha comenzado una nueva etapa de crecimiento que llegó a su

<sup>4</sup> Richards, G. “The Market for Cultural Attractions”. En Richards, G. Edit. Cultural Attractions and European Tourism. Wallingford, CABI Publishing, 2001.

<sup>5</sup> Blasco Viñals, José. Turismo en Espacios naturales y Rurales II. Ed. UPV. Valencia, 2002. p.35.



punto máximo con los valores registrados en el 2006, donde mostró un crecimiento de 4,5 % y 36 millones de llegadas más, resultados superiores a la media, que lo convirtieron en un nuevo año récord para el sector. Las cifras del *Barómetro OMT del Turismo Mundial* indicaron que el 2007 consolidó esa evolución, y se convirtió en el cuarto año de crecimiento sostenido.<sup>6</sup>

En el **desarrollo que ha experimentado el turismo** en el mundo (después de 1950) hay que considerar múltiples factores claves que han incidido sobre las actividades. Entre éstos se destacan los siguientes:

- Situación de estabilidad social y política en los países emisores más importantes.
- Disponibilidad de un sector aéreo que se ha innovado, modernizado y avanzado.
- Desarrollo de nuevas tecnologías de la información y la comunicación
- Aumento de la población y del tiempo libre.
- Aumento del nivel cultural.
- Concepción del viaje y la vacación en el exterior como una forma del bienestar.
- Utilización a nivel internacional de los llamados “paquetes turísticos”<sup>7</sup>.

Sin embargo, algunos de estos factores tienen una **naturaleza contradictoria**, como son por ejemplo:

- Preocupación por la seguridad unida al deseo de aventuras.
- Combinación de comidas tradicionales y exóticas (hamburguesas y sushi).
- Preocupación por el medio ambiente combinada con el deseo de la comodidad (mochilas, casas de campaña y baños de burbujas).
- Búsqueda de la soledad y el deseo de comunicación (solo en la muchedumbre).

<sup>6</sup> [www.oei.es/pensariberoamerica/temas.htm.edu](http://www.oei.es/pensariberoamerica/temas.htm.edu) (consultado febrero 15/2010)

<sup>7</sup> Ídem.



- Trabajar durante las vacaciones y divertirse en los viajes de negocios (negocios y placer).

Se aprecian además tendencias bastante marcadas, entre las que se encuentran:

- Inquietud por el medio ambiente físico y ecológico debido al nacimiento de una importante conciencia medioambiental.
- Interés por los hechos y los factores culturales.
- Jubilaciones a edades cada vez más tempranas que genera una disponibilidad cada vez mayor de tiempo libre.
- Consideración del turismo como una necesidad.
- Efectos de las modas o los acontecimientos de carácter geopolítico que pueden ser determinantes a la hora de elegir el destino turístico.

Sin embargo, el turismo no está exento de **factores que lo afectan** como son:

- **Desastres naturales.** Ejemplos: Tsunami, diciembre 2004, Sudeste Asiático, Activa larga temporada de huracanes en el Caribe, 2005.
- **Crisis económicas y financieras.** Ejemplos: crisis petróleo 1973, 1982, 1997, 1998, 2000.
- **Atentados terroristas.** Ejemplos: 11-S 2001 EE.UU, Londres (2005), Turquía (Kusadi, Estambul y Ankara); Luxor (Egipto, nov 1997); Riyadh (Arabia Saudita), Casablanca (Marruecos), Yakarta (Indonesia) y Bombai (India 2003).
- **Conflictos bélicos.** Ejemplos: (Iraq, Marzo 2003)
- **Epidemias.** Ejemplos: (NHINI Argelia 2009)

En conclusión la tendencia del turismo en la actualidad ha tenido mucha relevancia ya que es un motor económico que mueve un capital económico grande dentro del sector turístico a nivel mundial y el cual fue afectado un momento luego de los atentados del 11 de septiembre. Estos cambios bruscos de su entorno no han



supuesto tanto una disminución en el volumen global, como cambios en la demanda y oferta dentro del mercado turístico.

### **1.1.2. Referentes teóricos sobre turismo.**

Es el conjunto de integraciones humanas como: hospedaje, transporte, diversión, enseñanza derivada de los desplazamientos humanos transitorios, temporales o de transeúntes de fuertes núcleos de población, con propósitos tan diversos como son múltiples los deseos humanos y que abarcan gamas variadas de motivaciones.<sup>8</sup>

“El turismo está considerado como una forma de acceder a la cultura y esta, a su vez, atrae al turismo.”<sup>9</sup>

El turismo se caracteriza por ser una actividad social y económica relativamente joven y el hecho de englobar a una gran variedad de sectores económicos y disciplinas académicas ha dado lugar a una dificultad evidente para establecer definiciones unánimes de la actividad turística y que la distinguan de otros sectores de la economía.<sup>10</sup>

Para muchos investigadores, la definición más completa de turismo se publica durante la II Guerra Mundial (Murphy, 1985; Pearce, 1989; Lumsdon, 1997), y es dada por dos profesores suizos, Krapf y Hunziker (1942), planteándose que: “turismo es el conjunto de las relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento de personas fuera de su lugar de domicilio, en tanto dichos desplazamientos y permanencias no estén motivadas por una actividad lucrativa”.<sup>11</sup>

<sup>8</sup> Caraballo, K. /Turismo/ Conceptualización de turismo/http.www.monografias.com. (Consultado Febrero 27 2010)

<sup>9</sup> Borja Gómez .Congreso Internacional Patrimonio, Desarrollo Rural y Turismo en el Siglo XXI-Osuna 2004. MOTIVACIONES DEL TURISTA CULTURAL EN CIUDADES PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD: EL CASO DE CUENCA.

<sup>10</sup> Echtner, C. M. and Jamal, T. B. 1997. The Disciplinary Dilemma of Tourism Studies. En Journal Annals of Tourism Research 24 (4): 868- 883.

<sup>11</sup> Krapf y Kunzinker. En www.turismo.com/index.shtm (Consultado Febrero 27 2010)



El turismo es una actividad económica que integra la producción, distribución y consumo de bienes y servicios para satisfacer al cliente (el turista) y que requieren empresas que se dediquen a realizar las actividades que lo hagan posible.<sup>12</sup>

Según Donaire (1993) es la suma del conjunto de actividades y comportamientos llevados a cabo por aquellos individuos que, temporalmente y estrictamente por motivos de ocio, sustituyen su espacio cotidiano por un nuevo espacio, mediante una interface, que es el viaje, ya sea para disfrutar de los atractivos geofísicos de dicho entorno o para contemplar elementos genealógicos contenidos en él (monumentos, tipos culturales, recreativas...) <sup>13</sup>

En síntesis, los conceptos puestos a consideración, hacen referencia al turismo como un proceso que comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, donde realizan su actividad diaria por un periodo consecutivo inferior a un año, con fines de, negocios y otros motivos.

### **1.1.3. Referentes teóricos sobre cultura.**

La cultura es la forma de expresión de los pueblos mediante la cual dan a conocer sus costumbres, tradiciones, idiosincrasia, cómo piensan, sus hábitos alimentarios, sus proyecciones. "La cultura es la identidad diferenciadora de un pueblo, su manera de expresarse, tanto en lo material como en lo espiritual" según Antonio Núñez Jiménez.<sup>14</sup>

Martí se refiere a tres conceptos o niveles de cultura:

- Cultura como realización humana
- Cultura como conocimiento
- Cultura como creación artístico- literaria.<sup>15</sup>

<sup>12</sup> Jafari, Jafar. Enciclopedia del Turismo/ los conceptos de turismo.2003. Editorial Síntesis. p.12

<sup>13</sup> Donaire, J. El turismo en la sociedad post- industrial. Algunas propuestas conceptuales. En III Jornada de Geografía del Turismo. Palma de Mallorca, España. (1993.)

<sup>14</sup> Compendio "Cultura e Identidad" elaborado para el Diplomado en Dirección de Empresas Turísticas. CITDUR. EAEHT. 2001. Pág. 4

<sup>15</sup> Compendio "Cultura e Identidad" elaborado para el Diplomado en Dirección de Empresas Turísticas. CITDUR. EAEHT. 2001. Pág. 6.





Según Jennifer Morejón Cueto (2007), el término "cultura" es un conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, que caracterizan a una sociedad o grupo social, y que engloba además, modos de vida, ceremonias, arte, sistemas de valores, derechos, tradiciones y creencias. A través de la cultura se expresa el hombre, toma conciencia de sí mismo, cuestiona sus realizaciones, busca nuevos significados y crea obras que le trascienden.<sup>16</sup>

En el Compendio "Cultura e Identidad" se plantea que es el conjunto de valores (materiales y espirituales) creados por el hombre a lo largo de su paso por la historia.<sup>17</sup>

La cultura, constituye, en muchos casos, uno de los principales motivos que mueven al turista a viajar, conocer nuevas gentes, sus circunstancias y tradiciones. En este contexto, Cuba y en particular Pinar del Río, tienen la gran oportunidad de convertirse en un destino cultural de primer orden. "Lo importante es tener claro el concepto que el verdadero intercambio cultural se construye con el contacto con la gente, participando en sus fiestas populares e integrándose en sus costumbres y tradiciones. No se trata en ningún caso de crear una cultura a la medida del turista. Todo lo contrario. Este debe integrarse en la cultura cubana, a través de su pintura, arte, etc."<sup>18</sup>

Según el Diccionario Grijalbo (1973), la cultura es un conjunto de valores, creencias, tradiciones, instituciones, lenguaje que elabora y transmite una sociedad.

Según Raymond Williams (1995), la cultura es un proceso general del desarrollo intelectual, espiritual y estético; un modo de vida particular, referido a un pueblo, un periodo o un grupo; los trabajos y las actividades intelectuales y artísticas.<sup>19</sup>

<sup>16</sup> Morejón Cueto Jennifer .Trabajo de Diploma (2007 )

<sup>17</sup> Compendio "Cultura e Identidad" elaborado para el Diplomado en Dirección de Empresas Turísticas. CITDUR. EAEHT. 2001. Pág. 4

<sup>18</sup> Destino Cuba. Artículo "Turismo y Cultura: Un matrimonio enfrascado en proyectos realizables". Revista Profesional del Turismo. Suplemento Trimestral del semanario Profesional EDITUR. N0.10. abril – Junio. 1999. Pág. 98

<sup>19</sup> Raymond Williams, diccionario, Enciclopédico Salvat,( 1995)



De los conceptos antes mencionados, se concuerda con el de Raymond Williams, por cuanto no solo se ve la cultura en la sociedad y en la vida particular, sino también en la forma creativa de actuar, de crear actividades, es decir del vivir diario.

La cultura es el sustantivo común que indica una forma particular de vida, está relacionada con el desarrollo del hombre, con la manifestación de su capacidad de estudio, participación en la creación y desarrollo intelectual.

#### **1.1.4. Relación Cultura y Turismo**

- “El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos”<sup>20</sup>.
- **la cultura** es un conjunto de valores, creencias, tradiciones, instituciones, lenguaje que elabora y transmite una sociedad. Conjunto de conocimientos que una persona ha adquirido, generalmente en su proceso de socialización. Conjunto de conocimientos y valores socialmente exigidos al individuo.<sup>21</sup>

Se determina la relación entre el concepto de turismo y cultura, en términos usuales, como la manifestación comercializada del deseo del viajero de conocer la forma habitual de vida que se basa en satisfacer las exigencias del turista curioso de observar acerca de otras formas de subsistencia, que reflejan las actividades o destrezas manuales tradicionales, el idioma y los rituales en los pueblos que van conociendo tras el trascurso de su visita.

El llamado fenómeno turístico es relativamente reciente en la forma en que hoy lo conocemos, tendrían un mayor componente cultural -aunque probablemente muy elitista- que el del turismo de hoy en día.

<sup>20</sup> OMT Organización Mundial de Turismo 1995

<sup>21</sup> Según el Diccionario Grijalbo (1973, pág. 199 – 535: 11)



En todo caso nuestra época está marcada por la preeminencia de unos modelos turísticos extractivos, creadores de *paraísos prefabricados* en los que un barniz de exotismo cultural forma parte de los componentes de la oferta. No hablamos pues de cultura sino de *subproductos* aparentemente culturales insertos en una amalgama de *experiencias de consideración* de muchos consumos culturales (TV, cine, música, literatura, etc.);<sup>22</sup> Hay una parte, notable pero porcentualmente reducida, de experiencias turísticas en las que la naturaleza, las culturas, las relaciones sociales e incluso la solidaridad, forman parte importante de la actividad turística; se reduce a un espacio marginal la posible interacción positiva entre cultura y turismo.

Hay que convenir que el llamado turismo cultural hoy en día se mueve fuera de los espacios turísticos de mayor entidad, para ubicarse en nichos de mercado, algunos de ellos muy especializados. Se trata naturalmente de una consideración muy esquemática del turismo cultural, centrado en el patrimonio y/o aspectos muy emblemáticos de la dinámica cultural de un país o región. Otra cosa sería, si se entiende el turismo cultural como aquel en el que el turista realiza *algún* consumo cultural.<sup>23</sup>

De modo general se considera al turismo y a la cultura como una herramienta nueva de proyección ha futuro, pues abarca un espacio bastante grande dentro del desarrollo local tradicional, con difusión al espacio arquitectónico dentro de los visitantes tanto extranjeros como locales ayudando a su desarrollo dentro de la empresa turística.

### 1.1.5. Turismo cultural

“El turismo cultural *a priori* puede parecer englobar un conjunto homogéneo e incluso reducido de productos culturales, sin embargo, goza de una realidad diversificada y heterogénea. No sólo contempla las visitas a museos, conjuntos históricos o yacimientos arqueológicos, sino que todas las manifestaciones

<sup>22</sup> [www.oei.es/cultura/turismo.htm](http://www.oei.es/cultura/turismo.htm). (Consultado Febrero 27 2010)

<sup>23</sup> ídem.



culturales, la gastronomía, ferias de arte, artesanía, dicho de otro modo, todo signo de identidad cultural de un determinado país, región, localidad forma parte del turismo cultural. Asimismo, estas manifestaciones culturales pueden darse tanto de manera puntual en un determinado momento de su historia; como de manera habitual o permanente, en ambos casos convirtiendo el destino en un foco de atracción turística de gran importancia.”<sup>24</sup>

Otra opinión es la de Castejo, el cual afirma que el turismo cultural constituye uno de los productos turísticos con mayor potencial de crecimiento a nivel mundial. Cada vez un mayor número de personas que se interesan por la cultura y esto conduce a que haya una mayor demanda. <sup>25</sup>

El turismo cultural es identificado en la literatura con un tipo de turismo alternativo que se opone a los aspectos del turismo de masas convencional que se consideran negativos o perjudiciales. Es una categoría flexible y genérica que difiere del turismo a gran escala y contiene múltiples

modalidades caracterizadas por ser de poca envergadura, de baja densidad, por realizarse de forma dispersa y por haberse diseñado para grupos de personas con intereses especiales que tienen principalmente un nivel cultural por encima de la media y disponen de un nivel económico alto. <sup>26</sup>

El turismo cultural es un proceso social que tiene como elemento distintivo la referencia al conjunto de procesos simbólicos que denominamos "cultura", así como a sus productos. El concepto de "lo cultural" está fuertemente vinculado a una idea de "patrimonio" -entendido éste, preliminarmente, como el uso o posesión de los bienes producidos como consecuencia de estos procesos "culturales".<sup>27</sup>

<sup>24</sup> [www.figuersciutat.com](http://www.figuersciutat.com); [www.pcb.ub.es/aq](http://www.pcb.ub.es/aq). (Consultado Febrero 27 2010)

<sup>25</sup> Castejo, R. y E. Méndez. Introducción a la economía para turismo. Pearson Educación. Madrid, 2003, Pag21

<sup>26</sup> Wearing, S. y J.Neil. Ecoturismo. Impacto, tendencias y posibilidades. Edit. Síntesis. Madrid, 2000.

<sup>27</sup> [http://www.sectur.gob.mx/work/secciones/9246/imagenes/Resumen\\_Ejecutivo.pdf](http://www.sectur.gob.mx/work/secciones/9246/imagenes/Resumen_Ejecutivo.pdf). (Consultado Febrero 21 2010)



Turismo Cultural es aquella forma de turismo que tiene por objetivos entre otros fines, las visitas motivadas en parte por interés histórico, artístico, científico o estilo de vida de una comunidad, región o grupo, de folclore tradicional y costumbres populares. A Que ejerce un efecto realmente positivo sobre éstos, en tanto contribuye para satisfacer sus propios fines a su mantenimiento y protección.<sup>28</sup>

Mantero, considera al turismo cultural "...como un desplazamiento (de al menos una pernoctación) cuya motivación principal es ampliar sus horizonte, buscar conocimientos y emociones a partir del descubrimiento de un patrimonio y de su territorio y agregar que por extensión incluye otras formas de turismo que comprenden instancias culturales sin ser la motivación principal, es decir donde supone prácticas ocasionales".<sup>29</sup>

Organizaciones como la organización mundial del turismo (OMT), se han preocupado también por darle una definición a esta práctica, de ahí que en 1985, propone lo siguiente: "el turismo cultural visto como el movimiento de personas, debido esencialmente a motivos culturales, como viajes de estudio, viajes a festivales u otros eventos artísticos, visitas a sitios y monumentos, viajes para estudiar la naturaleza, el arte, el folclore y las peregrinaciones".<sup>30</sup>

La secretaría de Turismo en México (SECTUR), considera al turismo cultural... "como aquel viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico".<sup>31</sup>

<sup>28</sup> Bonet Agustín, Luís. Turismo Cultural una reflexión desde las Ciencias Económicas. Portal Iberoamericano de gestión cultural. Universidad de Barcelona España, (2003 ,pág45

<sup>29</sup> Mantero, J. C. Art. Puesta en valor de la Cuenca del Salado en Revista Aportes y Transferencias, Año 6, Vol. 1, p15, 2002

<sup>30</sup> OMT. Tomado del sitio, [www.oei.es/pensariberoamerica/temas.htm.edu](http://www.oei.es/pensariberoamerica/temas.htm.edu) en Revista de Cultura No8. (Consultado Febrero 17 2010)

<sup>31</sup> Compendio Cultura e Identidad "Estudio de la Cultura". Material #1. Tema1. Diplomado Dirección Empresas Turísticas .EAEHT 2000.p. 3-5.



En conclusión se define al turismo cultural como el uso y disfrute del patrimonio histórico, con sus mitos, costumbres, tradiciones y demás riquezas culturales, en momentos de ocio y tiempo libre.

#### **1.1.6. Evolución del Turismo Cultural**

El turismo es tan antiguo como el hombre y nace con él mismo, se hablaban de indios nómadas y de indios sedentarios; estaban hablando inconscientemente de turistas y de receptores de turismo.

Marco Polo fue el primer turista; hizo el primer viaje de Venecia a la China regresó cargado de pieles, esencias, especias, etc. para retornar veinte años después en su segundo viaje ,con su hijo quien gozó de la confianza del emperador Kublainkan.

Los viajes de David Livingstone por África en el siglo XIX son ejemplos del turismo temprano. A Thomas Cook se le considera el fundador de los viajes organizados en la medida en que utilizó, en 1841, un tren alquilado para transportar turistas de Loughborough a Leicester.<sup>32</sup>

En el periodo de recuperación que siguió a la II Guerra Mundial, el ferrocarril marco la verdadera aparición del turismo masivo., el crecimiento del nivel cultural de las masas, el acercamiento de los pueblos mediante el transporte moderno, las facilidades de financiamiento de los viajes, el crecimiento urbano que obliga a sus habitantes a buscar descanso y sosiego en otros lugares, y las condiciones naturales presentes en los sitios turísticos y las creadas por el hombre. (Arría, 2009)<sup>33</sup>

En síntesis, el turismo constituyó un privilegio de las clases adineradas, es decir, de las clases sociales altas constituidas por los grupos o estratos de gran poder económico. Hoy en día todo ha cambiado el turismo se ha convertido en una

<sup>32</sup> <http://www.Venezuelatuya.com>(Consultado Febrero 27 2010)

<sup>33</sup> Arría, D. Historia de turismo, 2009. <http://www.venezuelatuya.com>. (Consultado Febrero 17 2010)



necesidad y en un placer accesible a mayor número de personas sin distinción social ni económico.

### **1.1.7. Perfil del Turista Cultural**

Silberberg (1995) reconoce que hay diferencias en el perfil de los turistas culturales por tipo de producto cultural, y suministra un patrón general al cual responden los turistas culturales en Canadá y Estados Unidos:<sup>34</sup>

- Ganan más dinero y por tanto, gastan más dinero en vacaciones.
- Permanecen más tiempo en un área.
- Hay más probabilidad de que se alojen en hoteles o moteles.
- Es probable que realicen compras.
- Tienen una educación más alta que el público generalmente
- Tienden a estar ubicados en categorías de edades más viejas.<sup>35</sup>

En cuanto a la motivación del viaje predominan los aspectos relacionados con las experiencias de la visita, en particular el deseo de experimentar nuevas cosas, la relajación y el aprender nuevas cosas, lo que confirma la acepción recogida en la definición de turismo cultural de ATLAS, de que las motivaciones están relacionadas con recoger información y experiencias nuevas para satisfacer necesidades culturales. Con respecto a las características de las vacaciones, la mayoría de los turistas culturales hacen su propia planificación del viaje, viajan con su pareja o con su familia y pocos lo hacen en grupos organizados (alrededor del 16%), ellos tienden a alojarse en hoteles y permanecer períodos relativamente cortos alejados de casa.

Richards y Bonink (1995) consideran que hay una notable distinción entre los componentes del patrimonio y de las artes, del turismo cultural.

<sup>34</sup> Silbergert, T. Cultural tourism and business opportunities for museums and heritage sites”, en Tourism Management. Vol. 16. No. 5, 1995.

<sup>35</sup> ATLAS (1997)



Los turistas culturales parecen visitar mucho más, atractivos patrimoniales que artísticos cuando están lejos de su entorno. Entre las razones que lo explican se incluyen la limitada información disponible para los turistas, la naturaleza de las artes escénicas basada en el lenguaje, pero también puede ser un reflejo del incremento de la disponibilidad global de las artes visuales y escénicas<sup>36</sup>.

En concordancia con Richards y Bonink la gente actúa para satisfacer sus necesidades, se cree que la motivación es la fuerza motriz que en último término impulsa y dicta la conducta que se relaciona con el perfil del turista, que se le puede definir como a las características del ser humano en sus diferentes aspectos propios y únicos de enriquecer sus conocimientos en el aspecto cultural, de potenciar en la práctica el turismo cultural con sus viajes.

#### **1.1.8. Mercado cultural**

Un mercado surge por la existencia de un producto, se caracteriza por la ausencia de todo tipo de control y los precios no están sometidos a regulación, los diferentes segmentos de demandantes se mueven libremente en función de los niveles o variaciones de precio de los diferentes destinos, los mercados, con precios regulados, están acordados en función de diversas circunstancias controladas por la administración pública o entidades privadas. El turismo no puede considerarse como algo único, idéntico en todos sus elementos y formas. Existen muchos factores que influyen continuamente en sus características, tanto a nivel nacional como regional<sup>37</sup>.

Para caracterizar los mercados desde un perfil económico hay que considerar el grado de concentración de la oferta y de la demanda, el grado de diferenciación del producto, etc. O sea, analizar la estructura y la conducta de los operadores. Los

<sup>36</sup> Richards, G. y Bonink, C. Marketing cultural tourism in Europe, en Journal of Vacation Marketing, Vol. 1 1995.

<sup>37</sup> Christopher, 1991; Gattorna, 1990; Stern y El Ansary, 1992





expertos en turismo, en cambio, utilizan otros elementos. Figuerola<sup>38</sup> por ejemplo, plantea varias clasificaciones del mercado turístico según diferentes criterios:

Una clasificación inicial los distingue en directos e indirectos.

- Directos: Ofrecen y se consumen en ellos, bienes y servicios plenamente turísticos.
- Indirectos: Ofrecen bienes y servicios de carácter no turístico a los viajeros, empresas y sectores que sirven a la actividad.

Según su antigüedad se pueden clasificar en:

- Mercados turísticos tradicionales o históricos (siglo XIX a mediados siglo XX):
  - ✓ Mercados elitistas
  - ✓ Mercados de alta burguesía
  - ✓ Mercados de alta clase media
- Mercados modernos:
  - ✓ Mercados a clase media (consecuencia de las vacaciones pagadas y descenso relativo de los precios de los transportes)
- Mercados potenciales:
  - ✓ Extensivos a nuevas áreas y continentes, limitados hasta ahora por razones económicas y políticas (poblaciones actualmente de bajo nivel de compra).

En síntesis el punto clave de abastecer un mercado en general de turismo y como tal el cultural, es debido a la diversidad de motivos e intereses (arte, música, pintura, tradiciones y leyendas) entre los turistas culturales. Por lo cual es importante

<sup>38</sup> <http://www.mailxmail.com/cursos-de-empresa/marketing-y-ventas/evolución-histórica-del-marketing/producto-turístico>  
(Consultado Febrero 17 2010)



analizar el mercado cuidadosamente para determinar los motivos específicos que pueden estar relacionados con productos específicos.

### **1.1.9. Producto turístico**

Según Patricio Bonta y Mario Farber, "El producto es un conjunto de atributos que el consumidor considera que tiene un determinado bien para satisfacer sus necesidades o deseos. Según un fabricante, el producto es un conjunto de elementos físicos y químicos engranados de tal manera que le ofrece al usuario posibilidades de utilización. El marketing le agregó una segunda dimensión a esa tradicional definición fundada en la existencia de una función genérica de la satisfacción que proporciona. La primera dimensión de un producto es la que se refiere a sus características organolépticas, que se determinan en el proceso productivo, a través de controles científicos estandarizados, el productor del bien puede valorar esas características fisicoquímicas. La segunda dimensión se basa en criterios subjetivos, tales como imágenes, ideas, hábitos y juicios de valor que el consumidor emite sobre los productos. El consumidor identifica los productos por su marca. En este proceso de diferenciación, el consumidor reconoce las marcas, a las que le asigna una imagen determinada".<sup>39</sup>

Según el **Diccionario de Marketing**, el **producto** "es cualquier objeto, servicio o idea que es percibido como capaz de satisfacer una necesidad y que representa la oferta de la empresa. Es el resultado de un esfuerzo creador y se ofrece al cliente con unas determinadas características. El producto se define también como el potencial de satisfactores generados antes, durante y después de la venta, y que son susceptibles de intercambio. Aquí se incluyen todos los componentes del producto, sean o no tangibles, como el envasado, el etiquetado y las políticas de servicio".<sup>40</sup>

<sup>39</sup> Del libro: 199 Preguntas Sobre Marketing y Publicidad, de P. Bonta y M. Farber, Grupo Editorial Norma, Pág. 37.

<sup>40</sup> Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., Pág. 277.



Según Kotler (1995), el producto es definido como “todo aquello susceptible de ser ofrecido para satisfacer una necesidad o un deseo”<sup>41</sup>.

A continuación se detallan los elementos que requiere el producto turístico para la ejecución y correcta comprensión:<sup>42</sup>

**Facilidades:** son un complemento del producto turístico. No generan flujo turístico pero la falta de éstas puede impedir la presencia de los turistas.

**Accesos:** son indispensables para que el turista llegue a destino, ya que son los medios para que esto sea posible.

**Herencia cultural de un pueblo:** es 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 mercados potenciales específicos, y crear una imagen positiva del destino, estos son:

- *Demanda:* Comprender las necesidades de los consumidores.
- *Oferta:* Son los componentes del producto turístico.
- *Bien de consumo abstracto:* Inmaterial e intangible.
- *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.
- *Imposibilidad de stock:* el producto turístico es de consumo inmediato, de imposible almacenamiento, jamás serán recuperados.
- *Necesidad de la clientela en el lugar de la prestación:* es preciso que el turista se traslade al destino.

<sup>41</sup> Kotler Philip (1995): Dirección de Marketing, La Habana, Reproducción del MES.

<sup>42</sup> [www.gtmo.cult.cu/.../modules.php?name...file](http://www.gtmo.cult.cu/.../modules.php?name...file) (Consultado Febrero 17 2010)



- *Son prestados en forma irregular*: Complementariedad de los componentes: se relacionan y se tornan independientes.
- *Concentración de las actividades turísticas en espacio y tiempo*: 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.

En síntesis el producto turístico es el conjunto de recursos materiales e inmateriales que son consumidos por el visitante, que están disponibles para la actividad turística facilitando el correcto desarrollo de la misma.

## 1.2. Componentes de la oferta turística cultural.

En general se puede considerar oferta turística como el conjunto de recursos a disposición: servicios, equipamientos e infraestructuras turísticas junto con los productos específicos estructurados y realmente comercializados. La oferta turística es el conjunto de bienes y servicios, de recursos e infraestructuras ordenados y estructurados de forma que estén disponibles en el mercado para ser usados o consumidos por los turistas <sup>43</sup>

Estructura de la oferta turística según Muñoz.

La oferta básica se compone de:

- ✓ **Recursos turísticos**: Se basan en los atractivos con que cuenta un determinado destino, ya sean de orden natural, histórico-monumental, cultural, folclórico, y son la motivación principal de la visita.

<sup>43</sup> Muñoz Oñate Fernando (1997): Marketing Turístico, Madrid, Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, S.A.



- ✓ **Infraestructuras:** Son todos aquellos componentes físicos necesarios para el desarrollo de la actividad, ya sean públicos o privados. Ej. Carreteras, puertos, etc.
- ✓ **Empresas turísticas:** Prestan el servicio directo al turista. Empresas de alojamiento, de transporte, etc.<sup>44</sup>

La oferta complementaria se compone de:

- ✓ Restaurantes, bares, teatros, instalaciones deportivas, otros.

En síntesis, se define el concepto de oferta turística al conjunto de bienes y servicios que el cliente tiene a su disposición para facilitar su mejor estancia los cuales están comercializados en razón de una demanda dentro del mercado turístico.

### **1.2.1. Turismo cultural en Cuba**

El tema del Turismo cultural para Cuba es de vital importancia, por la rapidez del desarrollo turístico después de casi tres décadas de interrupción de esta actividad, y su extensión a todo el territorio nacional; con la coyuntura interna (Período especial) y externa (globalización y neoliberalismo) en que ocurren estos procesos, el lugar que ocupa el turismo como fuente de ingresos en divisas y efectos multiplicados de la economía nacional, y los objetivos superiores de la Revolución, que jerarquiza principios, valores y convicciones humanas, patrióticas y socialistas, como parte exclusiva.<sup>45</sup>

En este sentido Cuba posee múltiples destinos para el desarrollo de una oferta definida, identidad formada históricamente por diversas influencias.

En el 2000 se firmó un nuevo convenio de colaboración entre el Ministerio de Cultura, el Ministerio de Turismo y la Unión Nacional de Escritores y Artistas de

<sup>44</sup> ídem

<sup>45</sup> González González, Martín. Desarrollo comunitario sustentable. Propuesta de una concepción metodológica en Cuba desde la educación popular. Tesis en opción al grado científico de Doctor en Ciencias de la Educación. Universidad de La Habana. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO). La Habana, 2003.



Cuba, previendo los conceptos objetivos, así como los lineamientos generales que han de regir el vínculo entre estos dos sectores en los próximos años. Así, en este sentido, se puede entender cómo que el turismo cultural en Cuba se ha convertido en una de las principales modalidades dentro de este sector. La demanda turística ha estado más inclinada en la actualidad a una nueva perspectiva de la relación hombre naturaleza, al disfrute del patrimonio.<sup>46</sup>

Para Cuba es fundamental que el turismo se interrelacione con la cultura, de tal manera que permita dar a conocer la primera como resultado de procesos históricos y de influencias étnicas. Esto ha conllevado a que se valore el papel de la cultura cubana en función de identificar, diferenciar y potenciar los productos turísticos y las ofertas respecto a otras regiones.

La presencia de valores culturales y patrimoniales en esta región de Pinar del Río es evidente, tanto así que ha marcado su desarrollo y su imagen ante el mundo. La práctica del cultivo del tabaco ha contribuido a la contracción de esta representación social, a partir de la formación y consolidación de un modo de vida y un comportamiento vigente entre los diversos grupos campesinos de vuelta abajo. De esta forma las entidades turísticas se trazan planes y estrategias de promoción, que les permita dar a conocer la región pinareña con el eslogan de “la tierra del mejor tabaco del mundo” y donde juegan un papel importante las distintas zonas o municipios que se dedican al cultivo del tabaco.<sup>47</sup>

Se concluye gracias al conocimiento y comprensión de la historia cubana, a través de los bienes culturales, que determinan el valor cultural conscientemente en el mundo evolutivo de la humanidad, es decir, se define como un pueblo histórico-cultural.

<sup>46</sup> González Fernández- Larrea, Mercedes. Un modelo de gestión para la extensión universitaria en la Universidad de Pinar del Río. Tesis en opción al grado científico de Doctor en Ciencias de la Educación. Universidad Hermanos Saíz Montes de Oca. Pinar del Río, 2002.

<sup>47</sup> ídem



### **1.2.2. El turismo cultural en la provincia de Pinar del Río.**

En Pinar del Río el sector turístico se ha desarrollado fundamentalmente sobre la base del ecoturismo por las potencialidades y diversidad natural existentes en la provincia. Así que a partir de estos elementos, se han conformado los principales polos del turismo pinareño. Por tanto, la tendencia a que se exploten otras modalidades del turismo constituye un reto importante a enfrentar por las entidades pertenecientes a este sector<sup>48</sup>.

Se puede plantear que la provincia de Pinar del Río en un inicio estuvo considerada en función de un desarrollo industrial, hecho este que no ha sido posible concretar por los acontecimientos dados en el resto del mundo y en Cuba a partir del derrumbe del campo socialista y el inicio del período especial en el país respectivamente. Según criterio del autor estos hechos obligan a replantearse el actual rumbo a tomar por la provincia pinareña.<sup>49</sup>

Basándose en las potencialidades de la provincia en la actualidad, debe reposiciones a partir de orientaciones estratégicas encaminadas al desarrollo de la actividad turística. La provincia de Pinar del río en estos momentos no está considerada como destino turístico, ni cuenta con las condiciones de infraestructura para ello. Esto se refleja también en la no existencia de cooperación ente las organizaciones empresariales existentes que ni están totalmente capacitadas, ni incentivadas, para poner sus potencialidades en función del desarrollo turístico sostenible de forma integral.<sup>50</sup>

En este contexto turístico, a pesar de que no se considera actualmente a la provincia como un destino turístico priorizado, se lograría influir decisivamente en que Pinar del Río se convierta en un polo de desarrollo turístico con visión de sustentabilidad, que sea reconocido nacional e internacionalmente.

<sup>48</sup> [http://www.sectur.gob.mx/work/secciones/9246/imagenes/Resumen\\_Ejecutivo.pdf](http://www.sectur.gob.mx/work/secciones/9246/imagenes/Resumen_Ejecutivo.pdf). (Consultado Febrero 17 2010)

<sup>49</sup> [www.cuba-pinardelrio.com](http://www.cuba-pinardelrio.com) (Consultado Febrero 17 2010)

<sup>50</sup> ídem



### **1.2.3. Turismo de cuidado**

Según Abigail (2001) el turismo de urbano se define como: El turismo vinculado a la izquierda del patrimonio de la misma, fundamentalmente al intercambio social y al disfrute de sus valores paisajísticos, arquitectónicos, tradicionales, históricos, científicos y ambientales.

El autor asume este concepto debido a que en el mismo se recogen los principales elementos que se deben tener en cuenta en el turismo de la urbe, es decir, es una modalidad donde los elementos culturales recobran sus valor, desde el punto de vista turístico, a través del reconocimiento de las personas que nos visitan y muestran interés por el conocimiento de las tradiciones y costumbres de la ciudad a la cual asisten.<sup>51</sup>

No se debe plantear que la práctica del turismo urbano es absoluta ya que en determinados momentos se puede solapar con otras modalidades que se pueden desarrollar en la ciudad, como es el caso del ciclo turismo científico, de evento, gastronomía y cultura.<sup>52</sup>

El turismo urbano debe su éxito a su capacidad de combinar todas las potencialidades y fuerzas de la ciudad, y presentan el doble interés, de una actividad muy especializada y de una animación transversal de la ciudad. Además es una posibilidad de las ciudades turísticas, que desean no quedar reducidas a simples productos de consumo externo, y también, el de todas aquellas ciudades que quieren invitar a que permanezcan en ellas, y a descubrir sus actividades y sus equipamientos.

El turismo urbano se basa en la explotación de la policultura urbana y se caracteriza, porque sirve a los intereses de los ciudadanos y de los visitantes. Estos visitantes pueden ser conducidos a permanecer más tiempo por múltiples razones. Por sus

---

<sup>51</sup> Según Abigail (2001)

<sup>52</sup> ídem





negocios, para participar en un congreso, para visitar una exposición excepcional, para asistir a un acontecimiento deportivo, Se mantienen relaciones profesionales o personales con los habitantes o las empresas.

Desde esta perspectiva, la sostenibilidad del modelo turístico urbano es discutible en la medida que revela evidentes fricciones entre la dimensión global de la ciudad, de competitividad internacional, y la dimensión local, de bienestar para el habitante local; con mayor riqueza cultural e histórica, en materia de turismo urbano como en otros campos de la gestión territorial, la estrategia municipal debe, en primer lugar, apoyarse en la identidad de la ciudad. Es evidente, que aquellas políticas públicas que no se apoyan en la memoria de la ciudad, ni en la de los ciudadanos, pierden interés tanto para los visitantes como para los residentes, generando un sentimiento en la ciudad de rechazo.

Además de la conformidad con el patrimonio que define la identidad del lugar, el turismo urbano exige integrar un conjunto muy amplio de actividades en la ciudad, desde un planteamiento horizontal. La idea de que solo un gran monumento puede atraer visitantes, es actualmente inconcebible. En consecuencia, el desarrollo del turismo urbano, necesita contar con infraestructuras hoteleras y de restaurantes, adaptadas a este tipo de demanda, que exigen también formación del personal en el conocimiento de la ciudad.<sup>53</sup>

En concordancia con el autor antes mencionado el turismo se ve ahora como eje estratégico de una política de ordenación urbana que debe proponer a la vez una oferta competitiva destinada a satisfacer las expectativas de los visitantes y una contribución positiva al desarrollo de la ciudad y al bienestar de sus habitantes.

<sup>53</sup> Gómez Borja, Miguel Ángel y Mondéjar Jiménez, Juan Antonio. "MOTIVACIONES DEL TURISTA CULTURAL EN CIUDADES PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD: EL CASO DE CUENCA". I Congreso Internacional Patrimonio, Desarrollo Rural y Turismo en el Siglo XX. Osuna, España. 2004



### **Conclusiones parciales**

El turismo es una forma particular del uso del tiempo libre, y una forma especial de recreación. Es una actividad relacionada con la educación, el placer, el descanso y la recreación, aunque puede estar relacionado, también, con algún otro tipo de actividad. Puede ser clasificado de diversas formas, cada una de ellas orientada a una necesidad específica e, incluso, puede ser identificado en función de más de una de sus características.

El turismo cultural puede mejorar el posicionamiento y la competitividad turística en su conjunto. Aunque la práctica del turismo cultural en sí mismo puede atraer a un número limitado de turistas, la existencia de una gran variedad de actividades culturales, es un elemento diferencial y competitivo para el conjunto del sector turístico, en relación con otros destinos alternativos que tiene la urbe.



## 2. Capítulo II:

- ✚ Caracterizar la oferta de turismo cultural en la ciudad de Pinar del Río y las potencialidades que la misma tiene para el desarrollo de esta modalidad, mediante el diagnóstico actual.

### 2.1. Diagnóstico de la situación actual del desarrollo del turismo cultural en la ciudad de Pinar del Río.

A continuación se presenta un Diagnóstico de la situación actual de los valores culturales y el turismo cultural en la ciudad de Pinar del Río, el cual fue realizado desde una concepción geográfico – estructural, a través de la aplicación de diversas técnicas e instrumentos, las cuales se mencionan seguidamente.

**La observación:** Esta técnica permitió obtener información sobre la situación actual del turismo cultural en la ciudad, los elementos tomados en cuenta para la observación fueron (**Anexos B 1**):

- ✓ Localización
- ✓ Estado estructural
- ✓ Tipología
- ✓ Información que ofrece
- ✓ Armonía con el entorno

En esta técnica (el investigador estable que, en la ciudad de Pinar del Río el turismo cultural) ha presentado muy poco desarrollo, o casi ninguno, debido, en primer orden, al insuficiente conocimiento de los valores culturales y en segundo orden lo poco atractivo de los productos culturales (en el diseño), provocando limitadas (ofertas) de este tipo al visitante, haciendo que la misma sea solo de



tránsito o pasada, visitando en la mayoría de ocasiones la Fábrica de Tabaco, la de Guayabita y la casa del Ron.<sup>54</sup>

**La Entrevista:** Esta herramienta nos dio la posibilidad de sondear varios temas y hacer eficazmente una conversación libre y fluida. (**Anexo B 2**)<sup>55</sup>

Concluyendo que las manifestaciones artísticas han tratado de mantenerse y desarrollarse aunque éstas no han alcanzado totalmente sus objetivos, lo cual provoca endeblez en su desarrollo. El teatro y la danza deben incrementar su repertorio en función de lograr propuestas más coherentes y atractivas. Con respecto a la danza se trabaja por potenciar y desarrollar este movimiento en la provincia que aún es insuficiente y no ha logrado el nivel profesional que se requiere, la música, las artes plásticas y la literatura han logrado trascender los marcos provinciales ocupando un escaño a nivel internacional (grandes son los exponentes pinareños en estas manifestaciones), aunque continúan en proceso de mejoramiento en cuanto a calidad, repertorio y presencia.

**Análisis documental:** Con esta técnica se logró recoger la mayor información sobre el tema a tratar, presente en cada bibliografía utilizada en la biblioteca, en las diferentes instituciones culturales, en el programa de desarrollo de la dirección provincial de cultura y en el convenio que firmaron la dirección Provincial de Cultura y la delegación de Turismo en Pinar del Río (Programa cultura –turismo) donde a través de documentos (**Anexo B3**), manuscritos o en forma digital se presenta la vida o el quehacer artístico de la provincia se puede agregar que el análisis de los datos constituye una de las actividades más complejas de la investigación, ya que se hace necesaria la recogida de todos los datos de interés y después hacer una especie de depuración o análisis de lo que puede o no interesar.

<sup>54</sup> <http://www.monografias.com/trabajos15/bloques-economicos-america/bloques-economicos-america.shtml>. (Consultado Febrero 17 2010)

<sup>55</sup> idem



**Encuesta:** Es un instrumento importante ya que los turistas-clientes tienen la oportunidad, la libertad de expresar sus criterios, sugerencias y experiencias de acuerdo con un cuestionario previamente elaborado. Esto da la oportunidad de enriquecer más la presente investigación con la información tramitada por los encuestados<sup>56</sup>. **(Anexo B4)**

- Hotel Pinar del Río
- Vuelta Abajo
- Café Pinar
- Fábrica de tabacó Francisco Donatién
- Fabrica de guayabita

## 2.2. Aspectos metodológicos

En esta arista se caracteriza la metodología pertinente para realizar un plan estratégico de desarrollo del turismo cultural, dirigido al mejoramiento de la Oferta Turística Cultural y a la vez la promoción de la cultura popular tradicional de la ciudad de Pinar del Río.

*Método Dialéctico:* Mediante este método se logra analizar los componentes del objeto y sus relaciones de causa, y sus contradicciones, además de permitir un estudio más sistémico y esencial del objeto de investigación.<sup>57</sup> El cual brindó la posibilidad de analizar el proceso de búsqueda de una estrategia de promoción de la cultura que ayudará en el mejoramiento de la Oferta Turística Cultural dentro de la ciudad.

<sup>56</sup> <http://www.monografias.com/trabajos15/bloques-economicos-america/bloques-economicos-america.shtml>. (Consultado Febrero 17 2010)

<sup>57</sup> <http://www.monografias.com/trabajos15/bloques-economicos-america/bloques-economicos-america.shtml>



*Método Histórico Lógico:* Este método también ha resultado de utilidad en el análisis de la bibliografía relacionada a la promoción cultural y demás valores culturales.<sup>58</sup>

Este permitirá estudiar las diferentes etapas de la Oferta Turística Cultural así como su promoción cultural. Además ayudará a analizar los valores culturales de la "Ciudad de Pinar del Río"; donde no sólo lo físico -construcciones, instituciones- creemos que tenga la relevancia de estos valores sino también el pueblo, el cual va a ser partícipe de este proyecto turístico, sino que se persigue el saber, conocer de las formas de vida, costumbres, música, etc. También se realizará un estudio a los grupos turísticos que arriban a la región, con el objetivo de conocer cuál es el rango de edades que nos visita, sus principales motivaciones, etc.<sup>59</sup>

### **2.3. Turismo en la provincia de Pinar del Río.**

Pinar del Río es la más occidental de las provincias cubanas, representa una opción inigualable para los visitantes que acuden cada vez en mayor número a conocer los atractivos de La Isla, con posibilidades reales de convertirse en la plaza más fuerte del turismo de naturaleza y ecoturismo en la mayor de las Antillas.<sup>60</sup>

“A mediados del siglo XIX comienza la afluencia de algunos visitantes a La ciudad de Pinar del Río, desde donde se hacían excursiones de interés turístico con distintos fines y actividades, este territorio comenzó a conocerse internacionalmente en la primera mitad de este siglo, a partir de las obras del famoso Domingo Ramos, conocido como el pintor del Valle de Viñales.”<sup>61</sup>

Sin lugar a dudas, su principal producto turístico lo constituye su pródiga naturaleza y sus características histórico – culturales, donde la figura del campesino se asocia al

<sup>58</sup> <http://www.monografias.com/trabajos15/bloques-economicos-america/bloques-economicos-america.shtml> (Consultado Febrero 17 2010)

<sup>59</sup> Herrera, Manolo. Bocetos Históricos /Pinar del Río/ Cafés, Fondas, Hoteles. Revista de Pinar del Río, Año I, No. 10 marzo – 1948.

<sup>60</sup> Acosta, A. 2008. Segmentación de los mercados Turísticos Reino Unido, Holanda para el Producto Turístico. p64. Trabajo de Diploma en opción al Título de Licenciado en Economía. Universidad Pinar del Río.

<sup>61</sup> Lam, J. y Martínez, Y. 2008. Evaluación de los riesgos a través de un sistema automatizado en la actividad extra hotelera del turismo en Pinar del Río. p38. Trabajo de Diploma en opción al Título de Licenciado en Economía. Universidad Pinar del Río.



cultivo del tabaco. La provincia cuenta además con una cultura centenaria, presta a ser descubierta por el curioso visitante, donde se entrelazan los ancestros españoles, junto a la vivacidad y atractivo de los cultos sincréticos.

#### **2.4. Turismo en la ciudad de Pinar del Río.**

La ciudad de Pinar del Río cuenta con un amplio potencial para el desarrollo del turismo, encontrándose los mayores valores en elementos naturales y culturales, que le dan al territorio una marcada vocación turística a partir de las distintas actividades a realizar en la ciudad. Se cuenta además con un gran número de Atractivos Turísticos, entre ellos sobresalen sus costumbres, cultura y tradiciones.<sup>62</sup>

Pinar del Río cuenta con varias instituciones culturales e históricas (**Anexos B 5**), así como un prolífero movimiento cultural e intelectual que ha centrado su desarrollo en los valores de la música, la literatura, las artes plásticas y elementos de la historia con componentes que se repiten en la mayoría de las ofertas en otras ciudades y hacen que las posibilidades de retener al visitante con experiencias nuevas, cada día disminuya a pesar de que la ciudad cuenta con edificaciones que conservan casi íntegra su imagen y volumetría hasta nuestros días, convirtiéndose en verdaderos atractivos turísticos con valor perceptivo en el Centro Histórico, que permiten al visitante disfrutar de la cultura pinareña.<sup>63</sup>

Históricamente el producto Pinar del Río ha estado constituido mediante excursiones, llegando así a denominarse como turismo de tránsito, porque se constituye en recorridos de poco tiempo de estancia, aproximadamente de 6 a 9 horas donde se adicionan elementos histórico – culturales (recorridos de ciudad, visita a fábricas de producción de tabaco “Francisco Donatién” y de Guayabita del Pinar).

<sup>62</sup> Ramos, D. 2008. Aplicación del análisis estructural para la determinación de las variables claves en el desarrollo de la actividad turística de Pinar del Río. p67. Trabajo de Diploma en opción al Título de Licenciado en Economía. Universidad Pinar del Río.

<sup>63</sup> [www.cuba-history.com](http://www.cuba-history.com) (Consultado Febrero 7 2010)



## **2.5. Características Histórico – Culturales de la Ciudad de Pinar del Río con valor para el turismo internacional.**

La característica de las construcciones en la Ciudad Pinareña son del siglo XIX, son precisamente las fachadas, sostenidas por columnas, de todo tipo de construcciones: militares, civiles y religiosas. Las edificaciones conservan casi íntegra su imagen y volumetría, hasta nuestros días, de indiscutible valor perceptivo en el centro histórico, como la casa de Pedro Angelis, 1843 (galería de Arte), la cárcel, 1859 (hoy Fábrica de Tabaco Francisco Donatién), el Ayuntamiento 1892 (Actual Museo Provincial Polivalente), casa de Gobierno, 1850 (donde se ubica la Casa de Cultura Pedro Junco), La India-casa/ almacén 1846 (actualmente tienda de la Cadena TRD Caribe), la catedral de San Rosendo, 1883 y el teatro José Jacinto Milanés, 1886, son consideradas todas, dentro de un grupo de construcciones, como las más representativas y con herencia directa del período colonial, originalidad de la arquitectura pinareña decimonónica.<sup>64</sup>

El contexto cambiante donde el eclecticismo, en las primeras décadas del siglo XX, ganaba cada vez más terreno, entre los valores más relevantes tenemos museos, parques, fábricas, iglesias, las edificaciones que presentan una arquitectura de gran belleza escénica, son parte del patrimonio turístico, tangible e intangible (calidez de su gente).

El turismo y la cultura mantienen una relación insoslayable que no se puede ver por separado pues la cultura está nutriendo de forma incontrolada el deseo de los viajeros por conocer cosas nuevas, personas diferentes, una arquitectura distinta y auténtica, una comida peculiar, en fin, una cultura que les muestre el quehacer diario de otros pueblos, otras comunidades, otros países.

<sup>64</sup> Laborí Capote, M. 2006. Portales, columnas y tejas. Historia de una Ciudad (CU).p5. Abril.





El Ms. Juan Carlos Rodríguez, Historiador de la Ciudad de Pinar del Río, en entrevista concedida al autor describió la situación actual del patrimonio histórico – cultural de la ciudad como sigue:

“La Ciudad de Pinar del Río tiene grandes atractivos, apenas pasa de 300 años, con una abigarrada arquitectura que está llena de valores, pero sobre todo, su gente es el patrimonio más importante, desde el punto de vista turístico, la Ciudad cuenta con importantes; inmuebles que constituyen indudablemente atractivos, muchas de ellas en inmuebles que conserva hoy la ciudad, con características muy singulares y permanentes dentro del sistema de visitas que tiene montadas turismo en este sentido hacia la ciudad.

El estado de estos inmuebles, en muchos casos están catalogados en grado de protección uno, con acciones de restauración y algunos están en estado óptimo para recibir a los visitantes, otros tienen un diagnóstico hecho por el equipo técnico de acciones constructivas que se deben hacer, (Museo de Ciencias Naturales) para mejorar desde el punto de vista constructivo, aun así no deja de prestar servicios a la población y a los turistas. Otros inmuebles en la ciudad que están en espera de acciones constructivas, con grandes posibilidades de constituirse en atractivos turísticos, (edificio del Comercio, antiguo hotel de 1903, ferretería Canosa, tenía el único sistema de pago por tuberías que existía), que atesora a la ciudad como parte del patrimonio, que marca el ritmo de la dinámica socio – urbana.<sup>65</sup>

### ***Lugares de interés cultural***

- ***Museo de Ciencias Naturales Tranquilino Sandalio de Nodas.*** Edificio representativo del eclecticismo cubano. Primer edificio de concreto de la ciudad. Hoy en día el Museo de Ciencias Naturales muestra la historia geológica de la región<sup>66</sup>.

<sup>65</sup> [www.cuba-cultural-tours.com](http://www.cuba-cultural-tours.com) (Consultado Febrero 7 2010)

<sup>66</sup> [www.guiadecuba.com/.../cuba-sobre-museos--iglesias-y-otros-lugares-de-interes-en-pinar-del-rio](http://www.guiadecuba.com/.../cuba-sobre-museos--iglesias-y-otros-lugares-de-interes-en-pinar-del-rio). (Consultado Febrero 7 2010)



- **Teatro Milanés.** Edificio del siglo XIX es un ejemplo del neoclasicismo de la ciudad.
- **Centro Hermanos Loynaz.** Creado en Febrero de 1990. Contiene la biblioteca personal de la poetisa Dulce María Loynaz, quien recibiera el Premio Cervantes en 1992. Incluye también una valiosa colección de fotografías de la familia Loynaz.
- **Casa de producciones musicales la Sítiera.** Los visitantes pueden disfrutar en vivo de la más auténtica música tradicional cubana.
- **Fábrica de tabacos Francisco Donatién.** En la calle Máximo Gómez se encuentra esta fábrica, uno de los edificios emblemáticos del siglo XIX. Aquí los tabacos son hechos a través de procedimientos manuales con más de un siglo de tradición. En la fábrica existe una tienda donde se pueden adquirir los más famosos tabacos cubanos.
- **Fabrica de Guayabita del Pinar.** La guayabita es una emblemática bebida de esta región; la cual ha obtenido premios en varias ferias internacionales.

## 2.6. Gastronomía típica de la provincia

La cocina cubana (y por ende la pinareña) es un ajiaco; nadie lo niega. Tiene como raíces una amplia influencia española y africana, pero además hay vestigios de la culinaria china y árabe.

Según la información brindada por la asociación culinaria entre los platos típicos (**Anexo B6**) se encuentra el congrí, el puerco asado, las masas de puerco fritas, la yuca con su sabroso mojito, los plátanos fritos llamados “ambuilas” o “a puñetazos” por la manera de elaborarlos, el dulce de coco o de naranja (en algunas zonas más occidentales, en vez de naranja, el llamado limón francés), los casquitos de guayaba, el arroz con leche (delicia de nuestras abuelas y que alcanzó categoría musical con



la ronda infantil del mismo nombre). En la comunidad pesquera la Coloma, platos a base de mariscos (escamas).<sup>67</sup>

Actualmente existen discusiones entre los “chefs” de Cuba, sobre si los platos anteriormente citados son verdadera comida tradicional, o es el pescado, mariscos, viandas, frutas y vegetales, a juzgar por la dieta de los aborígenes en los tiempos de la conquista española.

Según el Atlas Etnográfico de Cuba, los orientales comen más frutas que los occidentales; los de las provincias centrales más viandas y frutas; los de la antigua provincia de Oriente gustan más del congri y de los arroces con carnes, mientras en occidente se saborea más arroz, frijoles y carnes”.

## **2.7. Lugares de enterramiento.**

No existen evidencias arqueológicas ni bibliográficas, hasta el momento, tampoco en la tradición oral se mantiene alusión alguna, al respecto del sitio en que fueron enterrados los restos mortales de aquellos que fallecieron en Pinar del Río antes de 1715, cuando la iglesia anota en sus libros su primer enterramiento (**Anexo B 7**).

Según el sacerdote Joaquín Gaiga (1715), en su libro “**Pinar del Río: 300 años de compromiso evangelizador**” manifiesta, que en el Libro número 1 de Barajas del Archivo de la Parroquia de San Rosendo está asentado el primer entierro efectuado en el año 1715: “En Pinar del Río el nueve de noviembre de mil setecientos y quince, yo Simón de Torres, Cura Beneficiado del Partido de San Rosendo di Sepultura a Domingo Hernández natural de la Palma casado con Thomasa Ruiz natural de la ciudad de la Habana no recibió estos Sacramentos y lo firmo Simón de Torres”<sup>68</sup>

Al termino de lo expuesto se deduce que los cadáveres de las personas relevantes eran enterrados en el campo santo de la iglesia y los menos agraciados eran

<sup>67</sup> <http://www.mpinar.pinar.te.cult.cu/imagenes/topcentral.gif> (Consultado Febrero 7 2010)

<sup>68</sup> [www.guiadecuba.com/.../cuba-sobre-museos-iglesias-y-otros-lugares-de-interes-en-pinar-del-rio.html](http://www.guiadecuba.com/.../cuba-sobre-museos-iglesias-y-otros-lugares-de-interes-en-pinar-del-rio.html) (Consultado Febrero 17 2010)



confinados a una parcela acondicionada para ese fin por el propio Cuní hasta ese terreno que la memoria colectiva recuerda estaba ubicado en la Alameda, entre las actuales calles Coronel Pozo y Fernando Méndez Capote.<sup>69</sup>

El cementerio Municipal de Pinar del Río, conocido popularmente como Agapito, comienza a prestar servicios en 1939.

Agapito Guerra Gálvez tomó posesión de la alcaldía pinareña el 24 de septiembre de 1934; traía como aval un sostenido batallar político desde dos años atrás cuando estuvo con las armas en las manos luchando contra las fuerzas machaditas en la carretera de Viñales, reeditando junto a los liberales allí convocados, el hálito bélico de ese sitio desde las guerras libertarias del siglo XIX.

Aunque bien pudiera trascender por muchas otras obras, su nombre queda en el ecónomo al nombrarse al menos popularmente el cementerio de Agapito, aunque en la memoria popular también lo recuerden como el alcalde que en camiseta tomó el pico y la pala para contribuir en la reparación de las calles pinareñas.

Según el ingeniero jefe de Obras Públicas, Carmelo Rubio, darían inició el primero de julio de ese año 1935...el cementerio esperaría sin embargo hasta las primeras gestiones efectivas desarrolladas a partir de 1936 las cuales concluirían con su inauguración en 1939 en el barrio Río Sequito, cuartón de Río Feo, Finca rústica # 5 781, con una superficie de cincuenta y seis mil metros cuadrados, lindando por el norte con terrenos de Elena Villar, por el sur con la serventía o camino secundario llamado “a la Caoba”; por el este con la carretera que va de Pinar del Río a San Juan, en el kilómetro 3; y por el oeste con la fina que perteneciera al señor Holmes, tío de Antonio Guiteras.

Dividido el cementerio en seis manzanas y cada una en cuatro cuartos y estos a su vez en parcelas para construcción de bóvedas o panteones y edificaciones de

<sup>69</sup> [www.pinarte.cult.cu/gerardo.../noticias\\_cementarias.htm](http://www.pinarte.cult.cu/gerardo.../noticias_cementarias.htm) (Consultado Febrero 27 2010)



segundo orden en clases A y B...este recinto se mantiene desde entonces compartiendo las funciones civiles al unísono del cementerio metropolitano de la carretera a Luis Lazo, ya en plena zona urbana de esta ciudad...

## 2.8. Principales atractivos turísticos.

A continuación se realiza una breve descripción de algunos de los principales atractivos turísticos de interés cultural para la ciudad, pero sobre todo que encierran en sí una historia rica en cultura y tradición, la información se obtuvo a través de:

Levantamiento de información de campo, mediante entrevistas realizadas a los funcionarios que dirigen, además se pudo obtener información mediante la revisión de revistas y folletos, facilitados por los especialistas del sistema institucional de la cultura en la provincia, así como a través de los archivos de Patrimonio Turístico que reposan en el Departamento técnico de Patrimonio cultural (**Anexo 8**)<sup>70</sup>.

### ***Atractivos Turísticos Culturales***

**ATRACTIVO # 1:** PALACIO GUASCH (MUSEO DE CIENCIAS NATURALES “TRANQUILINO SANDALIO DE NODA”)

#### **1. Datos Generales:**

**1.1 CATEGORIA:** MANIFESTACIONES CULTURALES

**1.2 TIPO:** HISTORICAS

**1.3 SUBTIPO:** MUSEO

**1.5 UBICACIÓN:** Está situada en las calles José Martí y Cajada (esquina).

**PROVINCIA:** Pinar del Río

**MUNICIPIO:** Pinar del Río

#### **2. Características**

<sup>70</sup> Trabajo de Diploma con la opción al título de ingeniero en ecoturismo. Propuesta Metodológica para la Implementación de un Programa de Señalización Turística en la Ciudad de Pinar del Río. Autoras: Ana Lucía Chicaiza Delgado-Rosa Gabriela Granda Cando



El pueblo desde las primeras décadas del siglo XX, lo llamó Palacio de Guasch (1909-1914) y aún se le sigue llamando así a pesar de ser la sede del Museo de Ciencias Naturales "Tranquilino Sandalio de Noda", es sin lugar a dudas una de la joyas de la arquitectura pinareña, fue concebido en dos plantas, la segunda, aunque proyectada, nunca se llegó a ejecutar; es hasta nuestros días la edificación más emblemática de la ciudad y sorpresa de todo visitante, de estilo ecléctico con una influencia del modernismo catalán.

El Palacio Guash trasciende como una obra genuina que tiene disímiles estilos arquitectónicos fusionándose armónicamente elementos del gótico, el Renacimiento, el Romántico, el egipcio, el Islámico, el Bizantino y el musulmán.

## **2.2 VALOR INTRÍNSECO**

Este atractivo es considerado como la primera edificación hecha totalmente de hormigón armado en Pinar del Río.

El actual museo, expone la historia natural y arqueológica de la zona, está dividido en tres salas, en cada una de ellas existe una colección de animales entre ellos mamíferos, aves y reptiles, en el patio interno encontrará gigantescas esculturas de animales de la prehistoria.

## **2.3 VALOR EXTRÍNSECO**

Los objetos que se encuentran en exposición en el Museo de Ciencias Naturales fueron traídos del Museo de la Habana y otros fueron donados.

Además en el museo se realizan otras actividades de interés educacional entre ellas talleres de interpretación ambiental.



## ATRACTIVO # 2 MUSEO POLIVALENTE PROVINCIAL

### 1. DATOS GENERALES

#### 1.1 CATEGORIA: MANIFESTACIONES CULTURALES

1.2 TIPO: HISTORICAS

1.3 SUBTIPO: MUSEO

1.5 UBICACIÓN: Está situada en las calles José Martí No. 58 entre Isabel Rubio y Colón.

**PROVINCIA:** Pinar del Río

**MUNICIPIO:** Pinar del Río

### 2 CARACTERÍSTICAS

El Museo de Historia llamado anteriormente como Ayuntamiento (1892) muestra aspectos de la fundación de la provincia y provee abundante información, tanto de los descubrimientos arqueológicos hechos en los asentamientos indígenas como de los principales hechos de la historia reciente.

El Museo antes de la revolución cubana, por este lugar pasaron los tres primeros Gobernantes de la isla, entre ellos:

- ✓ Comandante Manuel Herryman 1879-1959, Gobernador de la Provincia en 1917- 1927.
- ✓ Coronel Indalecio Sobrado Lago 1859- 1914 Gobernador de la Provincia 1906, 1908.
- ✓ Coronel Luís Pérez y Rodríguez 1854- 1916 Gobernador de la Provincia en 1909- 1913.

#### 2.2 VALOR INTRÍNSECO

A partir del Triunfo de la Revolución la casa pasa a ser el Museo de Historia con cinco salas. Entre sus colecciones se encuentran objetos históricos, especialmente



muebles y cristales del siglo XIX, así como armas utilizadas en las guerras de independencia, pinturas de artistas de la Provincia, y muchas de las pertenencias y partituras de los músicos Miguelito Cuní y del inventor del Cha-Cha-Chá, Enrique Jorrín.

### **2.3 VALOR EXTRÍNSECO**

Por el Museo pasó la Escuela de Artes Plásticas y fue sede de la Federación de Mujeres Cubanas.

Actualmente se realizan actividades culturales, conciertos y la presentación de documentales educativos.

*ATRACTIVO # 3 MUSEO 13 DE MARZO*

### **1. DATOS GENERALES**

**1.1 CATEGORIA: MANIFESTACIONES CULTURALES**

**1.2 TIPO:** HISTÓRICAS

**1.3 SUBTIPO:** MUSEO

**1.4 UBICACIÓN:** Está situada en las calles Ormani Arenado, entre Ceferino Fernández y Antonio Maceo

**PROVINCIA:** Pinar del Río

**MUNICIPIO:** Pinar del Río

### **2.1 CARACTERÍSTICAS**

El Museo 13 de marzo es un museo memorial a los doce mártires pinareños que cayeron en el asalto al Palacio Presidencial (1947):

- ✓ Ormani Arenado Llonch 1936
- ✓ Adolfo Delgado Rodríguez 1927
- ✓ Enrique Echeverría Acosta 1912
- ✓ Menéalo Mora Morales 1905





- ✓ Pedro Julio Esperón Álvarez 1914
- ✓ José M Hernández León 1924
- ✓ Gerardo Medina Cardentey 1931
- ✓ Celestino Pacheco Medina 1932
- ✓ Eduardo Panizo Bustos 1925
- ✓ Evelio Prieto Guillame 1925
- ✓ Pedro Saidén Rivera 1932
- ✓ Pedro Téllez Valdés 1920.

## 2.2 VALOR INTRÍNSECO

El Museo 13 de marzo cuenta con tres salas expositoras, en la primera se detallan los principales antecedentes del asalto al Palacio Presidencial, la segunda sala guarda objetos colectivos de los doce mártires, y por último la tercera es una sala individual de Ormani Arenado, entre sus colecciones se encuentran objetos históricos y de interés cultural.

## 2.3 VALOR EXTRINSECO

En el Museo se realizan actividades educativas de carácter histórico, en especial el día que conmemora el 13 de marzo.

### ATRACTIVO # 4 FÁBRICA DE GUAYABITA

## 1. DATOS GENERALES

**1.1 CATEGORIA:** MANIFESTACIONES CULTURALES

**1.2 TIPO:** REALIZACIONES TECNICAS Y CIENTIFICAS

**1.3 SUBTIPO:** EXPLOTACIONES INDUSTRIALES

**1.5 UBICACIÓN:** Está situada en las calles Isabel Rubio entre Remigio Rodríguez y Ceferino Fernández.

**PROVINCIA:** Pinar del Río

**MUNICIPIO:** Pinar del Río



## 2.1 CARACTERÍSTICAS

La Fábrica de Guayabita expende el licor especial de modesto origen en los hogares vuelta bajera.

Fórmula de producción de la **Guayabita del Pinar**.

Se coloca en un bocoy de madera 192 litros de alcohol de 93 a 95 grados alcohometritos y 360 libras del fruto de guayabita del Pinar y se deja en reposo la infusión, pasándolo a otro bocoy donde se mezcla y dejándola en reposo durante veinticuatro horas aproximadamente. El fruto decantado de la infusión se prensa y el líquido escurrido se agrega a la mezcla o previamente al líquido decantado de infusión, pasadas las veinticuatro horas, se filtra el licor y se prepara para el consumo.

Si se desea puede agregarse a la infusión una pequeña cantidad de hojas o cáscaras vegetales como el toronjil, hierbabuena, reseda y cáscaras de naranja, para aumentar las propiedades aromáticas del licor.

Este licor se compone principalmente de alcohol, agua, azúcar y los principales solubles del fruto de la guayabita del Pinar.

## 2.2 VALOR INTRÍNSECO

La Fábrica de Guayabita es una de las más famosas en Cuba, tratándose de licores; Lucio Garay era un “connaissanceur” por lo que inmediatamente institucionalizó la comercialización de aquel licor especial legítimo patrimonio del Vueltabajo. Garay establece las proporciones industriales y patenta una producción que convirtió a la modesta Guayabita del Pinar en la reina de Vueltabajo. El año de 1892 ha sido tomado como fecha de fundación de este licor.



## **2.3 VALOR EXTRÍNSECO**

En el año de 1911 la fábrica participó en la Exposición Nacional de Licores Cubanos efectuada en la Habana, allí la variedad seca de la Guayabita obtuvo el Gran Premio, lo que favoreció la popularización de la bebida y motivó que para 1913 sus productores comercializaran un refresco identificado como Guayabita del Pinar.

La Fábrica de Guayabita en el año 1987 conquistó la medalla de oro en la Feria Internacional de Plovdiv, Bulgaria, realizando así, entre los finos licores de mesa, su indiscutida condición de Reina de Vueltabajo.

### *ATRACTIVO # 5 IGLESIA SAN ROSENDO*

#### **1. DATOS GENERALES**

**1.1 CATEGORIA:** MANIFESTACIONES CULTURALES

**1.2 TIPO:** HISTÓRICAS

**1.3 SUBTIPO:** IGLESIA

**1.5 UBICACIÓN:** Está situada entre las calles Recreo y Gerardo Medina

**PROVINCIA:** Pinar del Río

**MUNICIPIO:** Pinar del Río

#### **2.1 CARACTERÍSTICAS**

La Catedral San Rosendo por su arquitectura es un templo ecléctico de tres naves, una central más amplia y dos laterales, en su interior presenta estilos neoclásicos con algunas evocaciones de estilo barroco.

Entre las imágenes más significativas en el interior de la iglesia se pueden citar el Cristo de Pinar del Río y la imagen de San Rosendo en el centro del Retablo (obra traída de España); a la derecha del altar esta la imagen de San José, a la izquierda la Virgen de la Caridad, otra imagen relevante por su expresión dramática es la Virgen Dolorosa e imágenes de San Pedro y San Pablo.



## **2.2 VALOR INTRÍNSECO**

La Catedral de San Rosendo tiene estilos arquitectónicos neoclásicos, considerada como una de las más hermosas de Cuba y su primer bautizo fue celebrado en 1699 por el Obispo de Compostela.

## **2.3 VALOR EXTRÍNSECO**

La Catedral tiene 119 años de construcción, el edificio actual se inauguró el veintiocho de marzo de mil ochocientos ochenta y tres.

En el año de mil novecientos tres recibió la categoría de Catedral.

*ATRACTIVO # 6 FÁBRICA DE TABACOS "FRANCISCO DONATIEN"*

## **1. DATOS GENERALES**

**1.1 CATEGORIA:** MANIFESTACIONES CULTURALES

**1.2 TIPO:** REALIZACIONES TÉCNICAS Y CIENTÍFICAS

**1.3 SUBTIPO:** EXPLOTACIONES INDUSTRIALES

**1.5 UBICACIÓN:** Está situada en la calle Antonio Maceo entre Abraham Pérez y Antonio Tarafa.

**PROVINCIA:** Pinar del Río

**MUNICIPIO:** Pinar del Río

## **2.1 CARACTERÍSTICAS**

La Fábrica de Tabacos "Francisco Donatién" fue levantada en la antigua Prisión Provincial donde estuvieron prisioneros los integrantes del alzamiento del 30 de noviembre de 1956 en Pinar del Río y además revolucionarios que lucharon contra la tiranía de Batista.

El edificio es de estilo colonial con altas columnas y amplia arquería, que lamentablemente fue reformado con ventanas tipo Miami, por algún improvisado maestro de obra, que ignoraba el crimen patrimonial que estaba cometiendo, fue



terminado en el año mil ochocientos cincuenta y nueve. Hoy ese edificio lo ocupa la fábrica de Tabacos “Francisco Donatién”.

## **2.2 VALOR INTRÍNSECO**

La Fábrica de Tabacos Francisco Donatién está localizada en una de las áreas más legendarias de la calle Antonio Maceo, es una de las construcciones más emblemáticas del siglo XIX, de la arquitectura de Pinar del Río y es aquí donde los auténticos tabacos de Cuba son hechos según varios procedimientos durante siglos, al adentrarse en el edificio se puede percibir el aroma de las hojas colgadas del tabaco.

En el interior de la fábrica se encuentra “La casa del Habano” un centro de ventas dónde el visitante puede disfrutar y seleccionar una variedad de tabacos de las marcas de fábrica bien conocidas, al mismo tiempo, puede comprar un recuerdo u otro artículo del mundo del tabaco.

## **2.3 VALOR EXTRÍNSECO**

El edificio de Maceo (Fábrica de Tabacos “Francisco Donatién”) N° 18 y actualmente 157 Oeste, fue en el año mil ochocientos sesenta y dos, siendo este último año en que se terminó de edificar y se lo inauguró.

*ATRACTIVO # 7 CASA DE LA PLAZA DE ARMAS (Centro de Artes Visuales).*

## **1. DATOS GENERALES**

**1.1 CATEGORIA:** MANIFESTACIONES CULTURALES

**1.2 TIPO:** HISTÓRICAS

**1.3 SUBTIPO:** COLECCIONES PARTICULARES

**1.4 UBICACIÓN:** Está situada en la calle A. Guiteras entre José Martí y Antonio Maceo.

**PROVINCIA:** Pinar del Río

**MUNICIPIO:** Pinar del Río



## **2.1 CARACTERÍSTICAS**

La casa de la plaza de Armas, hoy actual Centro de Artes Visuales, mantiene una cubierta de madera y heredó un maravilloso portal, rasgo distintivo de nuestra ciudad, con sencillas barandas de madera y hierro que lo delimitan y que se extienden como una alfombra de barro rojizo, a los pies de las fuertes columnas toscanas.

Sus características no son excepcionales pero lo “real maravilloso” esta en ser representativa de toda una forma de evolución de la ciudad y haber sido testigo de todo cuanto ocurrió en una zona fuertemente jerarquizada en la época colonial.

## **2.2 VALOR INTRÍNSECO**

La plaza es el espacio más antiguo de la ciudad, que estuvo conformada por otras edificaciones como son:

- La parroquia de San Rosendo
- La casa de los Tenientes Gobernadores y
- La comandancia Militar.

Todas estas edificaciones aledañas a esta vivienda están actualmente desaparecidas, sin embargo su valor crece a medida que se transforman el entorno y queda historia por descubrir y valores por rescatar.

## **2.3 VALOR EXTRINSECO**

En la casa de la plaza de Armas muchas han sido las funciones que ha albergado, entre estas tenemos:

- 1971 dos de sus aposentos sirven de oficina para distintas funciones.
- 1971-75 fue sede de la comisión de Historia del Comité Provincial del Partido.
- 1975 sirvió de Colegio Electoral para el Referéndum de la constitución.



- 1976-82 fue sede del Sindicato Provincial de Trabajadores de la Educación y la Ciencia.
- 1982-91 fue Gabinete de Arqueología.
- 1991 se restaura para convertirla en Galería Provincial de Arte Universal

## ATRACTIVO # 8 EDIFICACIÓN “COLONIA ESPAÑOLA”

### 1. DATOS GENERALES

**1.1 CATEGORIA:** MANIFESTACIONES CULTURALES

**1.2 TIPO:** ETNOGRAFÍA

**1.3 SUBTIPO:** ARQUITECTURA VERNACULA

**1.5 UBICACIÓN:** Esta situada en la calle José Martí entre Ramón González Coro y Rafael Morales.

**PROVINCIA:** Pinar del Río

**MUNICIPIO:** Pinar del Río

### 2.1 CARACTERÍSTICAS

La edificación “Colonia Española” hoy actual Palacio de Computación, de hermosa arquitectura exterior y la majestuosidad de sus interiores en que destacan, su escalera de mármol y los amplios salones que han sido testigos de los acontecimientos históricos y culturales más importantes de Pinar del Río en los últimos cien años.

Ocupando buena parte de sus dependencias para la prestación, de diversos servicios al pueblo, destacan el hecho de brindar su mayor espacio a la biblioteca provincial y al círculo social de la población y más tarde antecederían a este Palacio de Computación otras instituciones interesantes con opciones culturales y de disfrute artístico de la población en general y los jóvenes en particular.



## 2.2 VALOR INTRÍNSECO

Por la importancia de la rica trayectoria histórica cultural de este inmueble actualmente el Palacio de Computación cabe recordar que allí fueron personalidades destacadas como:

- Rita Montaner
- Benny Moré
- Nicolás Guillén
- José Raúl Capablanca
- Fidel Castro

Entre otras, que aportan daría connotación de inmuebles excepcional.

## 2.3 VALOR EXTRINSECO

La colonia Española se inauguró el veinticinco de julio de mil novecientos nueve, se dotaba a la ciudad de Pinar del Río de una de sus más bellas construcciones y la sociedad de Instrucción y Recreo de la colonia Española tendría su sede en él, y por el desarrollo de actividades culturales, políticas y sociales, se convertiría en el centro mismo de las inquietudes intelectuales, para toda la población citadina en lo adelante.

*ATRACTIVO # 9 TEATRO MILANÉS*

### 1. DATOS GENERALES

**1.1 CATEGORIA:** MANIFESTACIONES CULTURALES

**1.2 TIPO:** ETNOGRAFÍA

**1.3 SUBTIPO:** MÚSICA Y DANZA

**1.5 UBICACIÓN:** Está situada en la calle José Martí entre Ramón González Coro y Rafael Morales.

**PROVINCIA:** Pinar del Río

**MUNICIPIO:** Pinar del Río





## **2.1 CARACTERÍSTICAS**

Las características de la arquitectura del Teatro Milanés comprenden básicamente tres zonas bien definidas:

- La primera, el portal de gran puntal con columnas y losa plana, rematada con pretil y frontón.
- La segunda definida por el área de platea y corredores laterales y de fondo en tres niveles. La cubierta de esta zona es de madera y teja, en el área de platea y losa de hormigón en los corredores y servicios sanitarios.
- La tercera es el escenario, con tabloncillos sobre el foso para las orquestas, cubierta de asbesto, cemento con elementos estructurales de madera, que sirven a su vez para soporte de la tramoya mediante una parrilla.

Las losas de los corredores laterales se apoyan en el borde exterior sobre vigas construidas por dos perfiles metálicos de sección circular, en el borde exterior apoyan sobre los muros de ladrillo que son las paredes de sierra.

Los dinteles existentes sobre las puertas y ventanas están contruidos por perfiles metálicos revestidos con hormigón.

## **2.2 VALOR INTRÍNSECO**

El teatro José Jacinto Milanés tiene una capacidad para quinientos espectadores, es una magnífica sala de madera que data de mil ochocientos cuarenta y cinco.

## **2.3 VALOR EXTRÍNSECO**

El teatro Milanés en la actualidad realiza actos de índole cultural, con el objetivo de rescatar las costumbres y tradiciones pinareñas, entre las principales:

- Presentación de actos folclóricos.
- Presentaciones artísticas



- Teatro.
- Danza.

## ATRACTIVO # 10 PARQUE JOSÉ MARTÍ

### 1. DATOS GENERALES

**1.1 CATEGORIA:** MANIFESTACIONES CULTURALES

**1.2 TIPO:** MANIFESTACIONES TÉCNICAS Y CIENTÍFICAS

**1.3 SUBTIPO:** OBRAS TÉCNICAS

**1.6 UBICACIÓN:** Está ubicado en la intersección de las calles Vélez Caviedez y Recreo.

**PROVINCIA:** Pinar del Río

**MUNICIPIO:** Pinar del Río

### 2.1 CARACTERÍSTICAS

El parque José Martí es el más emblemático de la ciudad, en este lugar se encuentra ubicada la estatua de Martí traída desde Italia, constituyéndose en uno de los centros atractivos para muchos visitantes, con una gran tradición patriótica.

### 2.2 VALOR INTRÍNSECO

La estatua de Martí es la más significativa que tiene hoy la ciudad de Pinar del Río, fue fabricada y traída desde Italia, colocada a finales de la década de los XX del pasado siglo.

### 2.3 VALOR EXTRINSECO

En la actualidad el parque constituye el centro del desfile de las antorchas y la juventud, además los estudiantes realizan actos (en honor) a la época republicana con actividades públicos de interés político y cultural.

El autor ofrece junto a este inventario, el levantamiento fotográfico de los principales atractivos mencionados.



Con el propósito de ofrecer un marco referencial para el desarrollo turístico en la ciudad se presenta una relación de los principales recursos turísticos que se encuentran. Que Forman parte del patrimonio arquitectónico **(Anexo B 9)** Urbano, señalando su nombre, ubicación y el siglo de construcción así como, aspectos de importancia en el momento de evaluar su valor histórico.

### **2.9. Selección y caracterización de la muestra**

El periodo del mes de febrero del presente año (2010) fue el escogido para el objeto de análisis de la investigación. Se utilizó para el diseño de la muestra el procedimiento de muestreo no probabilístico, específicamente el muestreo de conveniencia porque los elementos de la población pasan a formar parte de la muestra en función de la disponibilidad de los mismos y a la proximidad con el investigador en los lugares donde se ofrecen los productos.

Se utilizó la fórmula de Calero para el cálculo de la muestra, y se obtuvieron como resultado que se debe encuestar a 134 personas. **(Ver anexo11)**

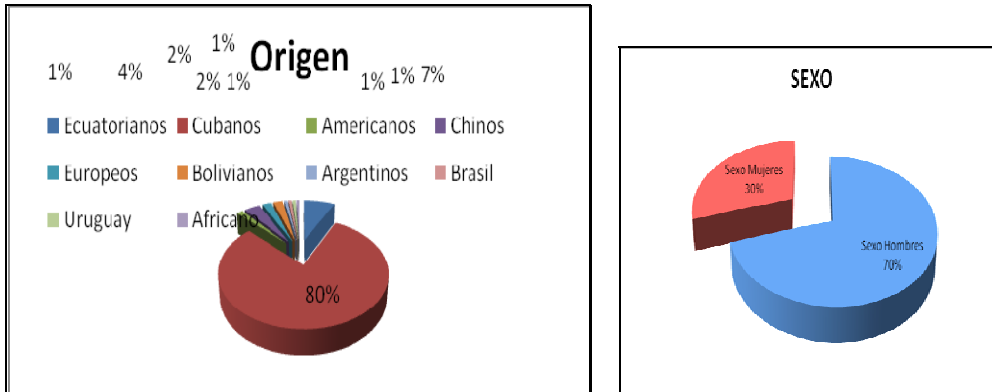
#### **Métodos empleados para el análisis de los resultados**

Para el procesamiento de los datos se utilizó el Software Microsoft Excel donde se agrupó y procesó toda la información de la cual se obtuvo los resultados que se muestran en los **(Anexos en Excel 12)**.

#### **Resultados de la encuesta**

Al concluir con las encuestas las cuales se llevaron a cabo en la ciudad de Pinar del Río el 20 de febrero del 2010, las mismas que arrojaron los siguientes resultados:

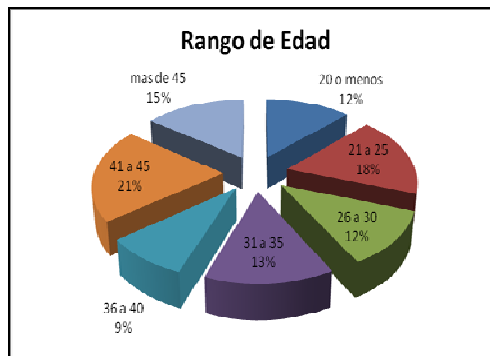
**Tabla 1**



Fuente: Elaboración propia a partir del procesamiento estadístico.

En este grafico se observo que el mayor porcentaje es nacional en comparación con el extranjero; asimismo el género predominante es el masculino.

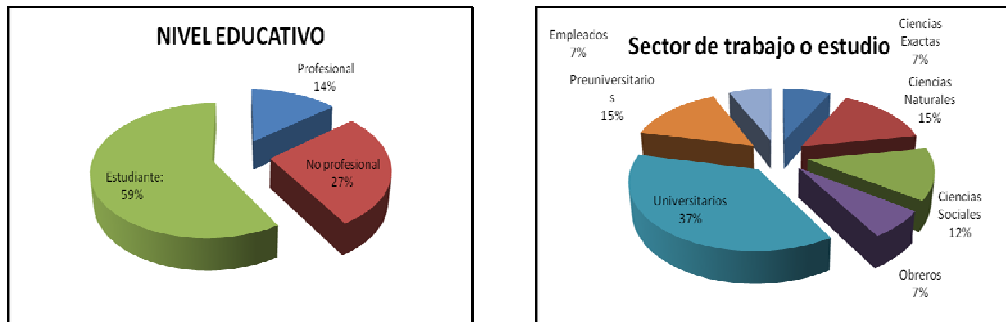
**Tabla 2**



Fuente: Elaboración propia a partir del procesamiento estadístico.

En el grafico se aprecio una participación mayoritaria de personas comprendidas entre los 21 - 25 y 41 - 45 años los cuales le gusta alguna actividad turística.

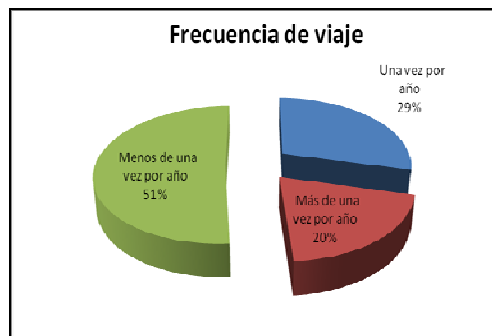
**Tabla 3**



Fuente: Elaboración propia a partir del procesamiento estadístico.

En conclusión se determina que el mayor porcentaje es de estudiantes muchos de ellos extranjeros y luego le siguen los profesionales los cuales tienen algún grado de conocimiento sobre la cultura.

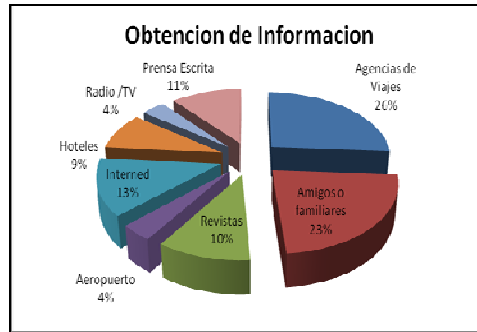
**Tabla 4**



Fuente: Elaboración propia a partir del procesamiento estadístico.

El análisis anterior conlleva a concretar que los turistas en un mayor porcentaje viajan menos de una vez por año y apenas un pequeño porcentaje viaja más de una vez por un año.

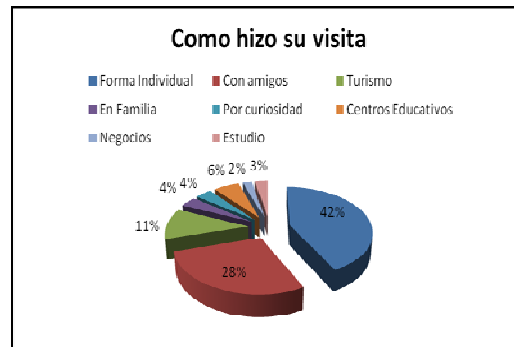
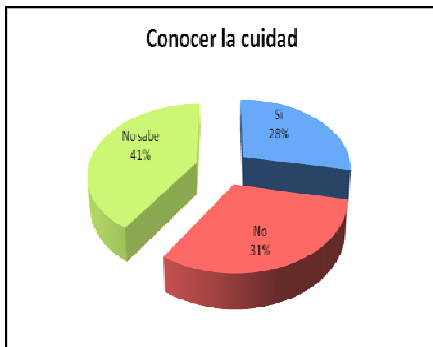
**Tabla 5**



**Fuente:** Elaboración propia a partir del procesamiento estadístico.

Se observa que la mayoría de personas obtuvieron información por medio de agencias de viajes o por amigos y familia.

**Tabla 6**



**Fuente:** Elaboración propia a partir del procesamiento estadístico.

Se determina que en un mayor porcentaje no conoce de la ciudad y cuando la ha visitado lo ha hecho de forma individual.

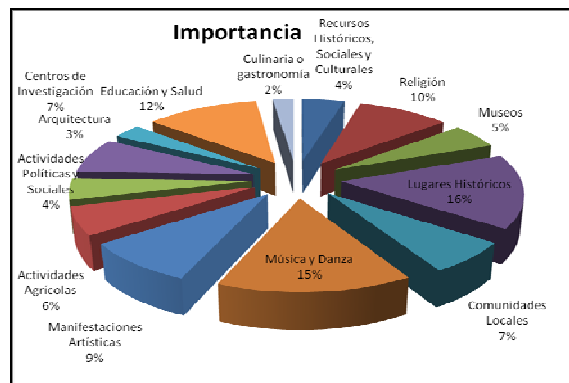
**Tabla 7**



Fuente: Elaboración propia a partir del procesamiento estadístico.

En la grafica anteriormente por cada uno de los encuestados con respecto a la motivación que les ha hecho visitar el sector es por busca de sol y playa, apenas un pequeño porcentaje busco el intercambio cultural.

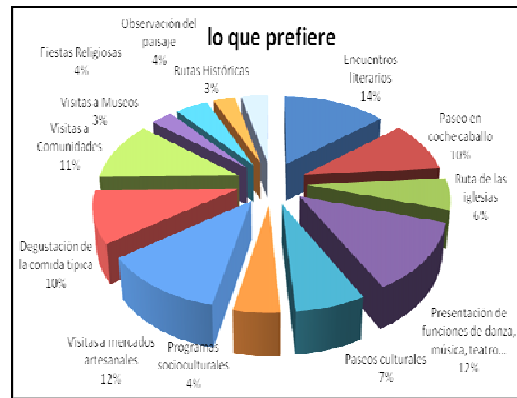
**Tabla 8**



Fuente: Elaboración propia a partir del procesamiento estadístico.

En alusión con el cuadro anterior se observa que la mayor parte de personas buscan la música y la danza dentro de las manifestaciones artísticas más importantes para su deleite y luego en pequeños porcentajes los demás valores culturales.

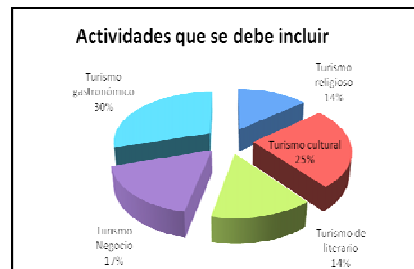
**Tabla 9**



Fuente: Elaboración propia a partir del procesamiento estadístico.

En lo antes mencionado se determina que los encuentros literarios es lo que más prefieren los turistas tanto nacionales y extranjeros.

**Tabla 10**



Fuente: Elaboración propia a partir del procesamiento estadístico.

Las tendencias más fuertes dentro de la ciudad y la provincia ha sido el turismo gastronómico.





## CONCLUSIONES PARCIALES

Resumiendo lo analizado en este capítulo se certifica, que el turismo cultural en la ciudad de Pinar del Río posee el potencial necesario para convertirse en un destino turístico. La Ciudad tiene la peculiaridad de poseer los recursos para el desarrollo del turismo: cultura, tradición y costumbres, danza, teatro, folklor, museos, parques, edificaciones con interés cultural, que hacen de Pinar una Ciudad rica en historia; para que sus atractivos socio – culturales que posee la Ciudad tengan acogida por parte de los turistas, se necesita de una Estrategia para el desarrollo del turismo cultural que constituya una fuente poseedora de rico valor cultural y con enormes potencialidades para acoger a un mayor número de viajeros, de los que recibe actualmente, para fomentar un turismo sostenible.



### 3. CAPÍTULO III

- ✚ “Propuesta de un plan Estratégico para el desarrollo del turismo cultural en la ciudad de Pinar del Río”.

El siguiente capítulo recoge la opinión del autor sobre los pasos a seguir en mejora de la oferta del turismo cultural (arte popular tradicional) en la Ciudad de Pinar del Río.

#### 3.1. Diagnóstico de la actividad turística en Pinar del Río.

Como parte del diagnóstico como tal y previamente a la detección de las Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades, se realizó una puesta en común de todos los aspectos analizados llegando a un consenso claro e inequívoco de que:

- ✓ El turismo puede desempeñar un papel crucial para la dinamización económica, social y cultural de la ciudad.
- ✓ Es imprescindible aunar esfuerzos para mejorar el rendimiento de la actividad turística en la ciudad.
- ✓ Es absolutamente necesario basar el turismo en la calidad, el respeto del entorno, completándolo obligatoriamente con una mejora de la oferta complementaria.
- ✓ Es posible proyectar la ciudad de Pinar del Río como marca de producto cultural, así como aprovechar sinergias con otros destinos y productos.

Con estas premisas se efectuó el análisis de una DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades) que presento las siguientes variables, entre otras<sup>71</sup>:

#### ***Debilidades y Amenazas***

Falta de una definición de producto turístico integral.

---

<sup>71</sup> Fuente consultada Estrategia de Desarrollo del MINTUR Pinar del Río.



1. Falta de integración entre la ciudad de Pinar del Río y su oferta cultural.
2. Sector empresarial atomizado y con poca capacidad inversora.
3. Baja calidad de productos y servicios.
4. Escasa formación del personal del sector.
5. Oferta complementaria con niveles de calidad no equivalentes a los de la oferta básica.
6. Proximidad de puntos turísticos consolidados que compiten fuertemente con Pinar del Río.
7. Paisaje urbano degradado y territorio atomizado.
8. Difícil accesibilidad interna: aparcamientos, tránsito, señalización, etc.
9. Escasa exploración de segmentos de demanda potenciales (turismo de compras, de negocios, etc.).
10. Poco dinamismo y sensibilización respecto a la función turística de Pinar del Río.
11. Falta de cultura empresarial, con conciencia de las posibilidades del sector: excesiva desconfianza.
12. Escasa coordinación de las actuaciones a escala colectiva: falta de iniciativas integradoras.
13. Falta de una promoción eficiente y efectiva, bien definida y orientada a la demanda.
14. Escasa utilización de las nuevas tecnologías y otros métodos de comercialización de los productos
15. Emergencia de otros puntos de referencia en la zona.
16. Bloqueo y recrudescimiento de la crisis económica mundial.

### ***Fortalezas y Oportunidades***

1. Situación geoestratégica óptima.
2. Buenas redes de comunicación.
3. Oferta cultural consolidada y reconocida.



4. Presencia de una clientela fiel respecto a determinados productos.
5. Aumento del turismo de estancias cortas, desestacionalización.
6. Aumento progresivo de la demanda cultural y especialización del turismo en este segmento.
7. Posibilidad de creación de productos no estacionales.
8. Posibilidad de creación de productos dirigidos a determinados segmentos de la demanda:
  - Por origen
  - Interna
  - Nacional
  - Internacional
  
12. Proximidad de importantes puntos turísticos:
  - Naturaleza
  - Sol y playa
13. Proximidad de la Habana.
14. Posibilidad de promoción conjunto con otras zonas.
15. Creciente sensibilización de los agentes de cara al turismo.
16. Creciente utilización de internet.

### **3.2. Líneas de actuación para la dinamización turística de la ciudad.**

Una vez llevado a cabo el análisis anterior, cabe plantear de forma clara los objetivos a perseguir.

Estos son: calidad, sostenibilidad, efectos multiplicadores sobre la población, entre otros, elementos que pasan ineludiblemente por la elaboración y comercialización de productos competitivos, vivos y dinámicos. Evidentemente, para alcanzar esos objetivos se necesitan una serie acciones que se concretan a continuación:



1. Debe definirse el producto con claridad y orientación a la demanda.
2. Hay que realizar un trabajo de sensibilización, coordinación y concienciación entre los agentes.
3. Es necesario diseñar una política turística integral (transversal) e integrada.
4. Debe promoverse la simbiosis entre los agentes implicados para favorecer la toma de decisiones sobre el proyecto común.
5. Deben definirse las líneas de diversificación de la oferta orientada a los segmentos de demanda detectados.
6. Es necesario diseñar la imagen, la promoción y el proceso de comercialización del producto.

La elaboración de líneas estratégicas y programas de actuación incluye, en este sentido, la necesidad de definir una marca integral, compatible con marcas superiores, dotada de una continuidad, un hilo argumental, de la que pueden surgir diferentes productos:

- Pinar, capital cultural
- Pinar, centro de esparcimiento
- Pinar, la ruta del tabaco.

En este sentido diferentes organizaciones están interesadas en potenciar al máximo las posibilidades del turismo para dinamizar de forma conjunta las actividades en el municipio.

Además se proponen los siguientes conceptos, a tener en cuenta durante toda la estrategia, para fomentar un turismo sostenible y más responsable, respetuoso con el medio ambiente y sensible con las demandas sociales.

**Difundir:** las ventajas y las buenas prácticas del turismo sostenible.

**Fomentar:** la demanda del turismo cultural.



**Educar:** a niños y jóvenes sobre la problemática social, medioambiental y cultural relacionada con los viajes y el turismo.

**Promover:** foros de debate e intercambio de experiencias.

**Diseñar:** códigos de comportamiento de acuerdo a principios internacionales.

**Apoyar:** estudios y publicaciones de efecto multiplicador.

**Editar:** folletos que animen a los clientes a comportarse como turistas responsables y conozcan la cultura local.

**Promover:** actuaciones de cooperación con comunidades locales.

**Conceder:** premios y reconocimientos.

### **3.3. Objetivos Estratégicos y Programas de actuación.**

Teniendo en cuenta todo lo anterior, el autor propone, siguiendo con la metodología para el diseño de las estrategias planteada en el capítulo, los siguientes objetivos específicos:

1. Responder a las necesidades de una demanda de turismo cultural, cada vez más individual y personalizada. Principalmente: servicios básicos, actividades culturales y lúdicas, oferta gastronómica, compras, transporte, excursiones (a pueblos y ciudades próximas) y visitas de la ciudad.
2. Conseguir una distribución más equilibrada (o menos concentrada) del turismo cultural dentro de la ciudad (entre el centro histórico y monumental y los barrios periféricos) con el fin de no superar la capacidad de carga (o saturación) en el centro y contribuir a la conservación y desarrollo de los recursos culturales de otros barrios.
3. Potenciar la ciudad de Pinar del Río, además de centro de atracción de la demanda nacional e internacional de turismo cultural, como centro de distribución de forma semejante a otras áreas nacionales y extranjeras de este tipo de turismo, entre la ciudad y el resto de las ciudades con importante patrimonio de la provincia.



4. Aumentar el flujo de turismo cultural con destino Pinar, su estadía y calidad con una comercialización más autónoma y con un mayor valor añadido en destino.

Teniendo en cuenta los objetivos específicos anteriores, a continuación se presentan, como parte de estas orientaciones estratégicas un conjunto de programas con el fin de servir de base para consensuar unos objetivos estratégicos sobre promoción y distribución del turismo cultural.

#### **3.4. Propuesta preliminar de área recurrente para actividades comerciales y recreativas de apoyo al turismo cultural.**

A partir del análisis de proyectos presentados por algunos autores sobre nuevos productos turísticos centrados en el turismo cultural, el autor expone una propuesta preliminar de áreas con potencialidades comerciales y recreativas de apoyo al turismo cultural.

Se parte de realizar un viaje o excursión que hacen los turistas interesados por el desarrollo cultural en un lugar determinado; ello presenta sin dudas aspectos muy variados. La visita a los museos y la asistencia a las salas de espectáculos son los más tradicionales. Aunque limitados a categorías sociales relativamente determinadas, estas actividades, esencialmente urbanas, engendran flujos turísticos a veces masivos.

Sin embargo, la curiosidad turística no conoce límites: crece el interés por espacios abiertos donde poder visualizar el contexto en que se concreta ese folclore, esa artesanía, esa cultura que en espacios cerrados se le ha brindado; quiere conocer la arquitectura, la historia de inmuebles y las leyendas o mitos que la tradición popular ha engendrado y mantiene vivas a partir de un lugar específico de la Ciudad, quiere disfrutar de su gastronomía y saber de sus fiestas locales conociendo el escenario de ellas. A ello responde esta propuesta.

Por ello en este proyecto se propone el siguiente recorrido.



---

---

**PROPUESTA PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO CULTURAL EN LA  
CIUDAD DE PINAR DEL RIO.**

**EL CAMINO DEL RECUERDO**

En esta propuesta se toma en cuenta la rica historia pinareña, por demás desconocida y casi virgen para muchos investigadores, ofrece una fuerte plaza no tomada aún, por lo que puede muy bien ser explotada turísticamente como un producto atractivo sobremanera, debido a que no existe antecedente valioso al respecto. 17 viajeros ilustres, a lo largo del tiempo, en sus visitas a esta ciudad, han dejado alguna viñeta o estampa, a veces un breve comentario, a veces todo un artículo y hasta libros enteros que he consultado; a ellos, a los documentos, planos y descripciones oficiales y otras fuentes de archivos estatales, eclesiásticos, masónicos y personales; así como a la obra de cronistas e historiadores del patio y a conversaciones con vecinos de los lugares seleccionados, debo la preparación adquirida para proponer el siguiente proyecto:

**EL CAMINO DEL RECUERDO**

**(Un recorrido por las calles que cuentan su historia).**

Sendero #1

Recibimiento en el Parque José Martí. ("Al estar en el Parque Martí, llamado de tal forma desde el mes de febrero de 1931, cuando en maniobra politiquera ordenada por el tirano Machado, se trasladó hacia este lugar el conjunto monumental dedicado al apóstol de nuestra independencia que observamos ahora...Si bien es cierto que motivó el traslado hacia este lugar el hecho de que concluía aquí la carretera central, este monumento a Martí, mostraba el primer centro histórico de la Ciudad").





A continuación se desciende del parque hacia la acera oeste y se camina unos veinte metros ubicándose el guía y su comitiva de frente a la casa que se encuentra tras la acera este de esa calle, junto a la parte posterior de la actual dirección de emigración, dejando a la izquierda el Hotel Italia...parados allí, el guía podrá referirse a la historia de:

La calle Gerardo Medina Cardentey como columna vertebral y primera vía urbana de Pinar del Río.

- El hotel Italia.
- El consulado francés.
- El conuco de Pintó.
- La casa colonial.
- El consulado turco.
- La fonda de los franceses.

Y Calles transversales por las cuales, en paso lento, cruzará la comitiva a la cual explica este primer "sendero urbano" que concluirá en "El Café Pinar".

El Café Pinar su historia. (Se oferta refrigerio, algún suvenir y opción de compra)

- La historia del zaguán.
- La masonería en Pinar del Río.
- La farmacia Santa Rita, la impronta martiana en ella.

A continuación, sin el desarrollo tan amplio dado en la primera propuesta, bosquejo otros senderos...

Sendero #2

Recibimiento en el parque Rafael Morales.

Alusión al segundo emplazamiento del centro histórico pinareño y primera



Plaza de armas.

La historia del parque.

Explicación de los inmuebles fundamentales del entorno.

La Fábrica de Tabaco y su estanco. (Se oferta un café y opción de compra de habanos).

La cultura material de Pinar del Río, su influencia en el lento desarrollo económico.

La primera cárcel y el primer hospital.

La fundación del Comité Todo por Pinar del Río.

El viejo caserón del Instituto.

El centro provincial de artes visuales. (Encuentro con el pintor: \_\_\_\_\_)

La Colonia Española. Su historia.

El portal del Hotel Vuelta bajo. (Opción de almuerzo).

### Sendero #3

Recibimiento en el Parque de la Independencia. Peculiaridad histórica. (Este parque es el más antiguo de la Ciudad y mantiene este nombre desde hace ya poco más de 106 años, pues así se llama desde el 4 de enero de 1899, según puede constatarse en acta de Ayuntamiento; fue la segunda plaza de armas y así se llamó: "parque de la plaza" desde principios del siglo XIX y es el parque "de tres esquinas" que describe Tranquilino Sandalio de Noda en 1838; hay alusiones a festividades conmemoradas con bailes y retretas desde 1874, amenizadas por bandas militares y como centro de la incipiente capital de Jurisdicción desde 1787 y de provincia desde 1878, tuvo, como todos los parques y plazas fundacionales: iglesia, casa de Gobierno, Ayuntamiento y Cuartel)

El Centro Loynaz y la Casa Taller Pedro Pablo Oliva.

La presencia de la Avellaneda, Manuel Machado, Tomás Morales, Pablo Neruda y otros.

Los monumentos perdidos y el arbolado y su creador.

El Palacio de los Matrimonios. Su historia. (Se oferta refrigerio y opción de compra).

La casa de cultura Pedro Junco. Historia del inmueble y de Pedrito.



La Galería de Arte. Su historia y la de Regueiro.

La Fiesta de los Bandos y demás tradiciones pinareñas.

Visitantes ilustres en el Hotel Ricardo. (Opción de almuerzo).

#### Sendero #4

Recibimiento en el Parque Roberto Amarán. Historia del mismo y del mártir.

Alusión al cuarto emplazamiento del núcleo poblacional y centro actual del casco histórico.

Las calles del entorno cuentan su historia.

El Palacio de Gustavo y la vida comercial pinareña. Tiendas de antes y de hoy.

El Museo de Arte de Pinar del Río y la historia de la escuela de Artes y Oficios.

Pintores pinareños. (Encuentro con el pintor).

Palacios, palacetes y viviendas de los notables.

El patio del alcalde y su palacio. (ARTEX, se oferta refrigerio y opción de compra)

El museo Provincial Polivalente. Casa de Gobierno y Gobernadores.

Frontón de la Piscuala, el entorno histórico.

El teatro Milanés y el Liceo Lírico Musical.

Alejo Carpentier en Pinar del Río.

La Casona y su entorno. Historia del inmueble.

Memoria de sus dueños, del Hidromiel y la grulla del patio. (Opción de almuerzo).

#### Sendero # 5

Al término de este circuito turístico en las afueras de la ciudad, en donde también encontramos valores culturales muy importantes y olvidados aun ya que son parte del patrimonio tangible y de importancia dentro de nuestra historia el cual está dentro de un sitio santo como es el cementerio municipal de la ciudad de Pinar del Río.

Aquí se dará un recorrido por el mismo donde se observa una belleza arquitectónica plasmada en cada uno de los sitios donde descansa los restos de seres queridos, y para recordarlo sus familiares han construido verdaderas obras de arte dignas de ser



apreciadas por su riqueza arquitectónica única dentro del lugar y aquí se aprecia también la distinción de clases. En este sitio descansa también un personaje importante para la ciudad como es Pedro Junco.

### **CONCLUSIONES PARCIALES**

Al término de la investigación se determina que; La Ciudad cuenta con los atractivos necesarios para articular una oferta de Turismo Cultural, avalada por las condiciones excepcionales de Historia, Cultura y Tradición.

El poco conocimiento por parte de las instituciones del legado patrimonial e histórico que posee la Ciudad ha condicionado en parte al escaso desarrollo del Turismo Cultural en Pinar del Río y de sus valores culturales que esta posee.



### **Conclusiones**

- ❖ El estudio de la historia y de la cultura de la ciudad de Pinar del Río nos permitió constatar el deterioro en que se encuentra los principales atractivos y el arte popular dentro de la memoria histórica de la ciudad y su población.
  
- ❖ Ratificó la necesidad de que en la ciudad de Pinar del Río se diseñe una estrategia de promoción de los componentes de la cultura local y sus valores.
  
- ❖ El cambio de nombre de algunas calles contribuyo de alguna manera a la pérdida de ese valor histórico que la representó durante algún tiempo.
  
- ❖ Se considera que la historia de los elementos que componen nuestra localidad se debiera al menos introducir en todas las enseñanzas del nivel escolar, aunque solo fuera como una curiosidad lo cual permitiría su perdurabilidad en el proceso de desarrollo de la historia de la cultura pinareña.



## Recomendaciones

- ✓ Presentar a la delegación del MINTUR en la provincia los resultados de la investigación para su posible análisis y aplicación.
- ✓ Continuar en la profundización de investigaciones para los mercados objetos de estudios en los que se denota una clara oportunidad para la comercialización del turismo de ciudad.
- ✓ Vincular el Turismo cultural al destino turístico de la ciudad de Pinar del Río para articular una oferta más integrada del Producto Turístico.



# Bibliografía

- 📖 Borja Gómez .Congreso Internacional Patrimonio, Desarrollo Rural y Turismo en el Siglo XXI-Osuna 2004. MOTIVACIONES DEL TURISTA CULTURAL EN CIUDADES PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD: EL CASO DE CUENCA.
- 📖 Bonet Agustín, Luís. Turismo Cultural una reflexión desde las Ciencias Económicas. Portal Iberoamericano de gestión cultural. Universidad de Barcelona España, (2003, pág45).
- 📖 Blasco Viñals, José. Turismo en Espacios naturales y Rurales II. Ed. UPV. Valencia, 2002. p.35.
- 📖 Compendio Cultura e Identidad "Estudio de la Cultura". Material #1. Tema1. Diplomado Dirección Empresas Turísticas .EAEHT 2000.p. 3-5.
- 📖 Christopher, 1991; Gattorna, 1990; Stern y El Ansary, 1992
- 📖 Castejo, R. y E. Méndez. Introducción a la economía para turismo. Pearson Educación. Madrid, 2003,Pag21
- 📖 Compendio "Cultura e Identidad" elaborado para el Diplomado en Dirección de Empresas Turísticas. CITDUR. EAEHT. 2001. Pág. 4
- 📖 Compendio "Cultura e Identidad" elaborado para el Diplomado en Dirección de Empresas Turísticas. CITDUR. EAEHT. 2001. Pág. 6.
- 📖 Compendio "Cultura e Identidad" elaborado para el Diplomado en Dirección de Empresas Turísticas. CITDUR. EAEHT. 2001. Pág. 4 Jafari, Jafar. Enciclopedia del Turismo/ los conceptos de turismo.2003. Editorial Síntesis. p.12
- 📖 Del libro: 199 Preguntas Sobre Marketing y Publicidad, de P. Bonta y M. Farber, Grupo Editorial Norma, Pág. 37. Diccionario de Marketing, de Cultural S.A., Pág. 277.
- 📖 Destino Cuba. Artículo "Turismo y Cultura: Un matrimonio enfrascado en proyectos realizables". Revista Profesional del Turismo. Suplemento Trimestral del semanario Profesional EDITUR. N0.10. abril – Junio. 1999. Pág. 98


















- 📖 Echtner, C. M. and Jamal, T. B. 1997. The Disciplinary Dilemma of Tourism Studies. En Journal Annals of Tourism Research 24 (4): 868- 883
- 📖 Fuente consultada Estrategia de Desarrollo del MINTUR Pinar del Río.
- 📖 Gómez Borja, Miguel Ángel y Mondéjar Jiménez, Juan Antonio. *"MOTIVACIONES DEL TURISTA CULTURAL EN CIUDADES PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD: EL CASO DE CUENCA"*. I Congreso Internacional Patrimonio, Desarrollo Rural y Turismo en el Siglo XX. Osuna, España. 2004
- 📖 Herrera, Manolo. Bocetos Históricos /Pinar del Río/ Cafés, Fondas, Hoteles. Revista de Pinar del Río, Año I, No. 10 marzo – 1948.
- 📖 OMT Organización Mundial de Turismo
- 📖 Mantero, J. C. Art. Puesta en valor de la Cuenca del Salado en Revista Aportes y Transferencias, Año 6, Vol. 1, p15, 2002
- 📖 Revisar discurso del Comandante en Jefe Fidel Castro en la inauguración del Hotel "Las América", en Varadero
- 📖 Richards, G. "The Market for Cultural Attractions". En Richards, G. Edit. Cultural Attractions and European Tourism. Wallingford, CABI Publishing, 2001.
- 📖 Wearing, S. y J.Neil. Ecoturismo. Impacto, tendencias y posibilidades. Edit. Síntesis. Madrid, 2000.





## Web grafía

-  [www.guiadecuba.com/.../cuba-sobre-museos--iglesias-y-otros-lugares-de-interés-en-pinar-del-rio](http://www.guiadecuba.com/.../cuba-sobre-museos--iglesias-y-otros-lugares-de-interés-en-pinar-del-rio)
-  <http://www.mpinar.pinarte.cult.cu/imagenes/topcentral.gif>
-  [www.pinarte.cult.cu/gerardo.../noticias\\_cementariales.htm](http://www.pinarte.cult.cu/gerardo.../noticias_cementariales.htm)
-  <http://www.monografias.com/trabajos15/bloques-economicos-america/bloques-economicos-america.s>
-  <http://www.mailxmail.com/cursos-de-empresa/marketing-y-ventas/evolución-histórica-del-marketing/producto-turístico>
-  [http://www.sectur.gob.mx/work/secciones/9246/imagenes/Resumen\\_Ejecutivo.pdf](http://www.sectur.gob.mx/work/secciones/9246/imagenes/Resumen_Ejecutivo.pdf)
-  Bonet Agustín [www.oei.es/pensariberoamerica/temas.htm](http://www.oei.es/pensariberoamerica/temas.htm) febrero 15/2010
-  [www.figueresciutat.com; www.pcb.ub.es/aq](http://www.figueresciutat.com; www.pcb.ub.es/aq) febrero 2010
-  [www.oei.es/cultura/turismo.htm](http://www.oei.es/cultura/turismo.htm).
-  <http://www.Venezuelatuya.com>
-  <http://www.monografias.com/trabajos15/bloques-economicos-america/bloques-economicos-america.shtml>
-  [www.gtmo.cult.cu/.../modules.php?name...file](http://www.gtmo.cult.cu/.../modules.php?name...file)
-  OMT. Tomado del sitio [www.oei.es/pensariberoamerica/temas.htm](http://www.oei.es/pensariberoamerica/temas.htm) en Revista de Cultura No8, febrero 15.
-  Krapf y Kunzinker. En [www.turismo.com/index.shtml](http://www.turismo.com/index.shtml)
-  Caraballo, K./Turismo/Conceptualización de turismo/<http://www.monografias.com>.2007. (Consultado febrero 27 2010).



*Universidad de Pinar del Río "Hermanos Saíz Montes de Oca"*  
*Universidad Técnica de Cotopaxi*

---



# Anexos

### Valoración Guía de Observación ANEXO 1

Valoración	😊	😐	😞	☒
Servicios turísticos	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>Atractivos turísticos:</b>				
Museos	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Monumentos	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Parques	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Iglesias				
Centros culturales				
Actividades históricos y culturales	<input type="radio"/>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

### Actividades de importancia

Actividades de importancia	😊	😐	😞	☒
<b>ACTIVIDADES CARACTERIZADAS</b>				
Música	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Danza	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Literatura	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Artes plásticas	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Teatro	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
<b>OTRAS PROPUESTAS</b>	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Cultura popular tradicional	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
✓ Gastronomía o Culinaria	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
✓ Artesanía	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
✓ Grupos portadores y reproductores	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
✓ Folklor	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Movimientos de artistas aficionados	<input checked="" type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>



**ANEXO 2**

**Entrevista dirigida a especialistas del sistema institucional de la cultura**

Nombre del Encuestador:

Nombre de la Entidad:

Fecha:

Cuestionario a responder:

1.- ¿En su opinión cual es la situación actual del turismo cultural en la Ciudad?

---

---

2.- ¿En su opinión que lugares turísticos considera usted pudiesen ser de interés para el turista y que en la actualidad no forman parte del oferta turística dentro de la ciudad?

---

---

3.- ¿Qué valores culturales dentro de la cultura popular tradicional ayudaría a afianzar el perfil identitario de la ciudad de Pinar del Río como destino turístico?

---

---

**GRACIAS POR SU COLABORACION**



### ANEXO 3

*Esta entrevista esta diseñada por estudiantes del diplomado en turismo auspiciado por la Universidad de Pinar del Río. Su colaboración sería importante para el resultado de nuestra propuesta.*

#### **Entrevista dirigida a especialistas del sistema institucional de la cultura**

Nombre del Encuestador:

Nombre de la Entidad:

Fecha:

Cuestionario a responder:

1.- ¿En su opinión cual es la situación actual del turismo cultural en la Ciudad?

---

---

2.- ¿En su opinión que lugares turísticos considera usted pudiesen ser de interés para el turista y que en la actualidad no forman parte del oferta turística dentro de la ciudad?

---

---

3.- ¿Considera usted que los productos culturales que se ofrecen en las instituciones culturales son coherentes, atractivos y de hecho son expresión del perfil identitario de la ciudad?

Si ----- No ----- ¿por qué?

**GRACIAS POR SU COLABORACION**

ANEXO 4  
DOCUMENTOS

1

PATRIMONIO MAPRI  
OBRAS ADQUIRIDAS DURANTE EL AÑO 2001 (TOTAL DE 29 PIEZAS)

Autor	Título	Otros datos
Aguedo Alonso	<i>Paisaje</i>	Óleo sobre tela, 2001, 97x142cm. Donada por el artista. 100 000 MN
Jorge Luis Ballart	<i>El árbol</i>	Óleo, 2001, 150x130cm. Donada por el artista. 15 000MN
Lester Campa Melo	<i>Mogote</i>	Óleo, 2001, 30x22cm. Donada por el artista. Donada por el artista. 20 000 MN
Miguel Ángel Courel	<i>La estética del vigilante</i>	Acrílico sobre cartulina 75x56cm, 1999. Donada por el artista. 1 500 MN
Crespo Manzano, Joaquín	<i>Ciclo Hombres de América Garvey.</i>	1979, grabado 29x57 cm. Donada por Jorge Luis Montesino. 20 000 MN
Crespo, Manzano Joaquín	<i>Ciclo Viet Nam Heroico</i>	Xilografía, 1980 30x39cm. Donada por J.L. Montesino. 20 000 MN
Crespo, Manzano Joaquín	<i>De América soy hijo</i>	Xilografía, 1982 96x70cm. Donada por J.L. Montesino. 20 000 MN
Crespo, Manzano Joaquín	<i>Somos hijos de su espada</i>	Xilografía, 1983 97x71cm. Donada por J.L. Montesino. 20 000 MN
Crespo, Manzano Joaquín	<i>Somos hijos de su espada</i>	Xilografía, 1981 97x70cm. Donada por J.L. Montesino. 20 000 MN
Crespo, Manzano Joaquín	<i>Somos hijos de su espada</i>	Xilografía, 1981 97x70cm. Donada por J.L. Montesino. 20 000 MN
Crespo, Manzano Joaquín	<i>Toussaint Louverture</i>	Linoleografía, 1979 46x62cm. Donada por J.L. Montesino. 17 500 MN
Crespo, Manzano Joaquín	<i>Toussaint Louverture</i>	Linoleografía, 1979 37x47cm. Donada por J.L. Montesino. 17 500 MN
Crespo, Manzano Joaquín	<i>Ciclo hombres de América (Juárez)</i>	Grabado, linoleografía, 1979 43x66cm. Donada por J.L. Montesino. 17 500 MN
Crespo, Manzano Joaquín	<i>Bolívar</i>	Linoleografía, 1981 41x38cm. Donada por J. L. Montesino. 17 500 MN
Crespo, Manzano Joaquín	<i>Bolívar</i>	Xilografía, 1981 77x51cm. Donada por J. L. Montesino. 17 500 MN
Crespo, Manzano Joaquín	<i>Bolívar</i>	Xilografía, 60x40cm. Donada por JL Montesino. 17 500 MN
Crespo, Manzano Joaquín	<i>Bolívar.</i>	Xilografía, 1981 61x38cm. Donada por JL. Montesino. 17 500 MN
Crespo, Manzano Joaquín	<i>Bolívar.</i>	Xilografía, 1981 61x38cm Donada por JL. Montesino. 17 500 MN
Crespo, Manzano Joaquín	<i>Ciclo hombres de América (Bolívar).</i>	1979, xilografía, 41x56cm. Donada por JL. Montesino. 17 500 MN
Esteban Díaz Montesino	<i>Manuel "El Periodista"</i>	1993, Fotografía, 24x34 cm. Donada por el artista. 2 500 MN
Raúl Eguren Cuesta,	<i>Retrato a Dulce María Loynáz</i>	Tempera, 1995, 73x52cm. Donada por el artista. 2 500 MN
Roberto Fernández	<i>Rostros de mujer</i>	Cerámica, 1975, (engove y cerámica roja, 58x36x30cm. Donada por el artista. 12 500 MN
Laercio Frade	<i>Estampa para un fin de siglo</i>	Grabado (colografía), 2000, 48x35cm. Donada por el artista. 750 MN
Mario García Portela	<i>El buen camino</i>	Dibujo, collage y tinta (técnica Mixta s/cartón), 1994. 66x92cm. Donado por el artista. 15 000 MN
Juan García Miló	<i>ST</i>	Óleo sobre tela.
Ibrahim Miranda	<i>El ejercicio de tu única vida</i>	Xilografía, 2000 160x45cm. Donada por el artista. 20 000 MN
Montoto, Arturo	<i>La precariedad del equilibrio</i>	Óleo sobre tela, 2001 85x65cm. Donada por el artista. 250 000 MN



## ANEXO 5

### ENCUESTA

Estimados turistas y comunidad Necesitamos de su colaboración para realizar una encuesta, ya que esta información será de ayuda para desarrollar un estudio sobre el mercado turístico cultural existente en la ciudad de Pinar del Río.

1. Cuales su país de origen : \_\_\_\_\_      ♂ ♀ Sexo:    ♂    ♀
2. Mi edad se encuentra en el rango de:  
 20 o menos    21 a 25    26 a 30  
 31 a 35    36 a 40    41 a 45    más de 45
3. Cuales es su nivel educacional:  
Mi nivel educacional es :       Profesional       No profesional       Estudiante:  
Seleccione su sector de trabajo o estudio:       Universitario  
 Ciencias Exactas       Ciencias Sociales       Preuniversitario  
 Ciencias Naturales       Otro       Otro
4. ¿Con que frecuencia viaja usted?:  
 Una vez por año       Más de una vez por año       Menos de una vez por año
5. Cómo obtuvo información turística a cerca de Pinar del Río?  
Agencias de Viajes \_\_\_\_\_      Internet \_\_\_\_\_  
Amigos o familiares \_\_\_\_\_      Hoteles \_\_\_\_\_  
Revistas \_\_\_\_\_      Radio/TV \_\_\_\_\_  
Aeropuerto \_\_\_\_\_      Otros \_\_\_\_\_
6. A visitado la ciudad del Pinar del Río  
Si \_\_\_\_\_ No \_\_\_\_\_  
¿Y Cómo lo hizo su visita en?  
Forma individual \_\_\_\_\_      En familia \_\_\_\_\_  
Con amigos \_\_\_\_\_      Por curiosidad \_\_\_\_\_  
Guía privado \_\_\_\_\_      Centros educativos \_\_\_\_\_



*Universidad de Pinar del Río "Hermanos Saíz Montes de Oca"*  
*Universidad Técnica de Cotopaxi*



Otros \_\_\_\_\_

7 ¿Qué lo ha motivado a visitar Pinar del Río?

Naturaleza \_\_\_\_\_

Actividades Culturales -----

Intercambio Cultura \_\_\_\_\_

Sol y playa -----

Paisaje \_\_\_\_\_

Otros ¿Cuáles? -----

8. En una escala ascendente entre 1 y 3 diga la importancia que tienen para usted los siguientes recursos:

Recursos Históricos, Sociales y Culturales	1	2	3
Religión	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Museos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Lugares Históricos	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Comunidades Locales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Música y Danza	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Manifestaciones Artísticas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Actividades Agrícolas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Actividades Políticas y Sociales	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Centros de Investigación	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Arquitectura	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Educación y Salud	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Culinaria o gastronomía	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>





*Universidad de Pinar del Río “Hermanos Saíz Montes de Oca”*  
*Universidad Técnica de Cotopaxi*



9. De las siguientes actividades señale (pueden ser más de una) las que usted prefiere realizar en el lugar que visita:

- |   |                       |                                 |                       |
|---|-----------------------|---------------------------------|-----------------------|
| Encuentros literarios                                 | <input type="radio"/> | Visitas al mercado artesanal    | <input type="radio"/> |
| Paseo en coche caballo                                | <input type="radio"/> | Degustación de la comida típica | <input type="radio"/> |
| Ruta de las iglesias                                  | <input type="radio"/> | Visitas a Comunidades           | <input type="radio"/> |
| Presentación de funciones de danza, música, teatro... | <input type="radio"/> | Visitas a Museos                | <input type="radio"/> |
| Paseos culturales                                     | <input type="radio"/> | Fiestas Religiosas              | <input type="radio"/> |
| Programas socioculturales                             | <input type="radio"/> | Rutas Históricas                | <input type="radio"/> |
|   |                       | Observación del paisaje         | <input type="radio"/> |

10. ¿En su opinión, que actividades culturales le gustaría realizar en la ciudad de Pinar del Río?

Turismo religioso \_\_\_\_ Turismo cultural \_\_\_\_ Turismo de literario \_\_\_\_ Turismo teatral \_\_\_\_

Turismo gastronómico \_\_\_\_



## **ANEXO 6**

### **INSTITUCIONES CULTURALES DE LA CIUDAD PINAR DEL RÍO**

- I. Centro de promoción y desarrollo de la literatura Hermanos Loynaz
- II. Casa taller Pedro Pablo Oliva
- III. Consejo provincial de las artes plásticas (Galería Provincial)
- IV. Conservatorio de música (canto lirico)
- V. Centro provincial de casas de cultura
- VI. Cine teatro Pedro Saiden (en reparación)
- VII. Casa de cultura Pedro Junco (municipal)
- VIII. Museo provincial de artes plásticas (MAPRI)
- IX. La casa del Coro
- X. 5 librerías
- XI. Museo polivalente provincial
- XII. La sede de la ACAA
- XIII. La asociación Hermanos Saiz
- XIV. Cine Praga
- XV. Cine la edad de oro
- XVI. Sala de teatro el pionero
- XVII. La sede de la UNEAC
- XVIII. La casa de producciones musicales LA SITIERA
- XIX. Museo de la música Argelier León
- XX. Museo 13 de marzo (memorial)
- XXI. Museo Antonio Guitera (especializado y cerrado)
- XXII. El Pista Rita (espacio para espectáculos juveniles)
- XXIII. La Piscuala (espectáculos)

**ANEXO 7**

**GASTRONOMÍA TÍPICA DE LA PROVINCIA**



**ANEXO 8**  
**PATRIMONIO CULTURAL DE LA CIUDAD**



**ANEXO 9**  
**CEMENTERIO DE LA CIUDAD DE PINAR DEL RÍO**



**ANEXO 10**  
**PATRIMONIO ARQUITECTÓNICO**

Iglesia Bautista.	Calle Isabel Rubio esq. Isidro de Armas.	XX
Hotel Comercio.	Calle José Martí esq. Gerardo Medina.	XX
Fondo de Bienes Culturales.	Calle José Martí esq. Gerardo Medina.	XX
Casa Cabarrouy.	Gerardo Medina esq. Juan Gualberto Gómez.	XX
Tienda La Chiquita. Direcciones Provinciales de la Vivienda y Comunales.	Calle José Martí. Isabel Rubio y Gerardo Medina.	XX
Casa de las Monjas.	Calle Máximo Gómez Rafael Ferro y Av. Comandante Pinares.	XX
Palacio de Computación.	Calle José Martí esq. González Coro.	XX
Hotel Globo y Farmacia Piloto.	Calle José Martí esq. Isabel Rubio.	XX
Farmacia	Calle José Martí. Rafael Morales Ormani Arenado	XX
Casa del Geólogo y Cuartería.	Calle José Martí. Colón y Ciprián Valdés.	XX
Casa Taller Pedro Pablo Oliva.	Calle José Martí frente al Parque de la Independencia.	XX
Archivo Provincial de Historia.	Calle José Martí esq. González Coro.	XX
Conjunto de Viviendas proyectadas por Guash.	Calle José Martí. Celestino Pacheco y Av. Comandante Pinares.	XX
Casa de la UPEC	Calle Antonio Maceo. Ormani Arenado y Gerardo Medina.	XX
Palacio de Justicia.	Intersección de las Calles Máximo Gómez y Antonio Maceo.	XX
Semi Internado de Primaria Conrado Benítez.	Lateral Sur del Parque La Independencia, Máximo Gómez final.	XX
Mercado El Faro y Vivienda.	Calle José Martí esq. Isabel Rubio	XX

CV Deportivo Antonio Villenas.	Calle Ormani Arenado esq. Antonio Maceo.	XX
Centro Literario Hermanos Loynaz.	Lateral noroeste del Parque la Independencia y calle Alameda.	XX
Obispado.	Calle Máximo Gómez. Rafael Ferro y Av. Y Comandante Pinares.	XX
Museo de Ciencias Naturales.	Calle José Martí N0 227 esq. Av. Comandante Pinares.	XX
Banco Nacional de Cuba.	Calle José Martí. Gerardo Medina y Romaní Arenado.	XX
Casa de la UNEAC.	Calle Antonio Maceo. Av. Comandante Pinares y Rafael Ferro.	X
Casa de la UNAICC.	Calle Antonio Maceo. Av. Comandante Pinares y Hermanos Saiz.	XX
Dirección Municipal de Comunales.	Calle José Martí. Gerardo Medina y Romaní Arenado.	XX
Dirección Provincial de Cultura.	Máximo Gómez frente a la Audiencia.	XX
Casa de Viviendas.	Calle Máximo Gómez frente a la Audiencia.	XX
Palacio de los Matrimonios.	Calle José Martí N0 125. Rafael Morales y Antonio Guiteras.	XX
Casa de Familia.	Calle Máximo Gómez frente a la Audiencia.	XX
Vivienda	Calle José Martí esq. Rafael Morales.	XX
Policlínico Turcios Lima.	Calle Antonio Maceo esq. Gerardo Medina.	XX
Tienda Panamericana.	Calle José Martí esq. Gerardo Medina.	XX
Oficina UCJ Provincial.	Av. Comandante Pinares. Máximo Gómez y callejón.	XX
Hotel Vuelta bajo.	Calle José Martí esq. Calle Rafael Morales.	XX

Edificio Santana.	Calle Máximo Gómez esq. Isabel Rubio.	XX
Dirección Provincial CDR.	Av. Comandante Pinares. Máximo Gómez.	XX
Tele Pinar y Viviendas.	Calle Isabel Rubio N0 54-56-58 esq. Adela Azcuy y Juan Gualberto Gómez.	XX
Conjunto de Cuatro Viviendas proyectadas por cubilla.	Calle Colón N0 172-174-176. Calle Emilio Núñez N0 2.	XX
Casa del Arquitecto José Figarol.	Calle Maxi Gómez esq. Av. Comandante Pinares.	XX
Sucursal del Banco Popular de Ahorro y Sindicato de la Administración Pública.	Calle José Martí esq. Isabel Rubio y Colón.	XX
legación del MICONS	Calle Máximo Gómez. Isabel Rubio y Gerardo Medina.	XX
Vivienda.	Av. Comandante Pinares esq. Máximo Gómez.	XX
Museo 13 de marzo.	Calle Ormaní Arenado. Antonio Maceo y Ceferino Fernández.	XX
Logia Solano Ramos.	Calle Ormaní Arenado esq. Máximo Gómez.	XX
Cine Teatro Pedro Saidén.	Calle José Martí. N0 111. Rafael Morales y Antonio Guiteras.	XX
Dirección Provincial de Estadística.	Calle Máximo Gómez esq. Rafael Ferro.	XX
Seminternado Pablo de la Torriente Brau.	Calle Antonio Maceo. Isabel Rubio y Gerardo Medina.	XX
Casa de Rogelio Pérez Cubilla.	Calle Antonio Rubio esq. Comandante General Lores.	XX
Funeraria Monterería.	Calle Gerardo Medina. Juan Gualberto Gómez y Adela Ascuá.	XX
Policlínico Pedro Borrás.	Calle Máximo Gómez. Colón y Rafael Ferro.	XX
Edificio de Apartamentos.	Av. Comandante Pinares. Antonio Maceo y Máximo Gómez.	XX

Rectorado UPR.	Calle José Martí final esq. 27 de Noviembre.	XX
Oficina Dirección Provincial de Salud.	Calle José Martí esq. Comandante Pinares.	XX
Casa de Visita UPR y Vivienda.	Av. Comandante Pinares esq. Máximo Gómez.	XX
Casa de Omar Linares.	Calle José Martí 27 de Noviembre y Hermanos Saiz.	XX
Pizzería la Terrazina.	Calle Antonio Rubio esq. 1ro de mayo.	XX
Heladería Coppelia.	Calle Gerardo Medina. Isidro de Armas y Antonio Rubio.	XX



### ANEXO 11

**Determinación del tamaño de la muestra. Fuente: Calculado por el autor.**

Donde:

Z (1- α/2): Distribución normal para un nivel de confiabilidad del 95 %, un error máximo admisible de 0.05 y un nivel de significación de 0.05.

P: Probabilidades de éxito = 0.5.

N: Población total = 204.

N: Tamaño de la muestra = 134

D: Error máximo admisible.

**Cálculo de la muestra total y por estratos.**

*Origen de los datos.* Trabajadores de la empresa Provincial y dependencias seleccionadas para la investigación.

Planta Turística	Año 2010	
	Turistas Nacionales	Turistas Internacionales
Hotel Pinar del Río	<b>83</b>	<b>70</b>
Hotel Vuelta Abajo	<b>41</b>	<b>50</b>
Café Pinar del Río	<b>145</b>	<b>20</b>
Total	<b>269</b>	<b>140</b>
Promedio	≈ <b>204</b>	

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

**Sustituyendo:**

$$n = \frac{(1.96)^2 \cdot 0.5 \cdot (1-0.5)}{0.05}$$

$$1 + \frac{1}{204} \frac{(1.96)^2 \cdot 0.5 \cdot (1-0.5)}{0.05} - \frac{1}{204}$$

$$n = 384.16 / 2.878$$

$$n = 133.5 \approx 134$$

**Por estratos.**

Muestra seleccionada	Hombres	Mujeres	Total	Nh
Hotel Pinar del Río	83	70	153	76.5
Hotel Vuelta Abajo	41	50	91	45.5
Café Pinar del Río	145	20	165	82.5

**Sabiendo que:**

$$nh = (n \cdot Nh) / N$$

**Donde:**

N: Tamaño de la población

$$N = 204$$

N: Tamaño de muestra total

$$n = 134$$

$$\text{Hotel Pinar del Río } nh = (134 \cdot 76.5) / 204 \quad nh = 50$$

$$\text{Hotel Vuelta Abajo } nh = (134 \cdot 45.5) / 204 \quad nh = 30$$

$$\text{Café Pinar del Río } nh = (134 \cdot 82.5) / 204 \quad nh = 54$$

Para lograr este propósito se utilizaron los criterios expuestos por Fernández de Córdoba (1999) y Calero (1979). Se emplea el muestreo irrestricto aleatorio (MIA), con una confiabilidad del 95%, una proporción de 0.50 (que es la que permite el mayor tamaño de muestra) y un error de muestreo de 0.05. El tamaño de muestra necesario es de **133.5 ≈ 134**.



**TÍTULO DE LA TESIS:** "PROPUESTA DE UN PLAN ESTRATEGICO PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO CULTURAL EN LA CIUDAD DE PINAR DEL RIO"

**AUTOR:** EDWIN IVAN ZAPATA HERRERA

**TUTOR:** DR. FIDEL ORTIZ ORDAZ. PROFESOR TITULAR

[fortiz@eco.upr.edu.cu](mailto:fortiz@eco.upr.edu.cu)

### **OPINIÓN DEL TUTOR**

El turismo, cualesquiera que sea su modalidad, tiene un componente cultural, pero en la actualidad el turismo cultural, como modalidad en sí, ha alcanzado alto nivel de desarrollo motivado por diferentes causas, siendo más notables en las ciudades o conjuntos históricos declarados por la UNESCO como "Patrimonio Cultural de la Humanidad".

Edwin Iván Zapata Herrera, estudiante de la carrera de Ingeniería en Ecoturismo de la Universidad Técnica de Cotopaxi, República del Ecuador, a pesar del poco conocimiento inicial de la ciudad de Pinar del Río, en Cuba, acepto el reto de hacer el estudio de la misma, para encontrar las potencialidades que esta posee para el desarrollo de un turismo cultural, como complemento de un destino de naturaleza, que es la mayor potencialidad que hasta los momentos actuales tiene la provincia del mismo nombre.

El aspirante demostrando un alto nivel de independencia, iniciativa y creatividad, nos presenta un trabajo, el cual por su argumentación teórica puede convertirse en un material de referencia, existe una correspondencia entre el contenido, la propuesta y los objetivos planteados.

El análisis y la propuesta hechos por el aspirante tienen una aplicabilidad práctica, para convertir a esta ciudad, que hoy es de paso, en un destino turístico cultural tan necesario como fuente de desarrollo económico para la localidad, lo que es precisado con concreción en el conjunto de conclusiones y recomendaciones formuladas por el autor.

El trabajo en su conjunto, en manos de las autoridades gubernamentales, culturales y del turismo en la localidad, puede constituir un aporte significativo a la estrategia



*Universidad de Pinar del Río "Hermanos Saíz Montes de Oca"*  
*Universidad Técnica de Cotopaxi*

---



global de desarrollo local, en función de lo cual debe ser divulgado y discutido ampliamente entre los actores del territorio.

Por la importancia del trabajo, y la actitud asumida por el aspirante, el cual cumplió cabalmente en tiempo el plan convenido con su tutor para el diseño de esta propuesta, solicito a este tribunal, la evaluación máxima de Excelente (5 puntos).

Pinar del Río, Cuba, marzo 30 del 2010

---

Dr. Fidel Ortiz Ordaz

Tutor