

GP-51

LOS CENTROS HISTÓRICOS PATRIMONIALES CUBANOS. REALIDADES PARA NUEVOS ESCENARIOS DE DESARROLLO TURÍSTICO.

Dra Maité Echarri Chávez (Profesora auxiliar)

Maite_echarri@ftur.uh.cu

MSc Martha O. Robert Beatón (Profesora auxiliar)

Omara_robert@ftur.uh.cu

Facultad de Turismo, Universidad de La Habana, Cuba

RESUMEN

Las actuales propuestas de productos turísticos vinculados a los centros históricos patrimoniales cubanos propician un escenario de expansión para las agencias de viajes receptoras con vistas a la especialización en la atención a turistas culturales que prefieren las ofertas históricas. La presente investigación diagnostica las potencialidades de los centros históricos de las ciudades de Camagüey, Cienfuegos y Sancti Spíritus, tomando como referencia la experiencia de más de 15 años de la Oficina del Historiador de la Ciudad de La Habana, para la inserción de agencias de viajes especializadas que permitan una asistencia personalizada y un uso sostenible de sus recursos patrimoniales.

INTRODUCCIÓN

El turismo cultural está fundamentalmente asociado a los espacios urbanos y en especial a las ciudades, como espacios donde confluyen las más diversas corrientes y tendencias culturales. Si bien Cuba es un destino reconocido de turismo de Sol y Playa, se ha experimentado un crecimiento importante de los segmentos interesados por la cultura, la historia, la salud, la náutica y otros, que convierten a la Isla en un destino para satisfacer disímiles gustos. En la búsqueda de la diversidad de ofertas, los centros históricos cubanos y en especial aquellos que han sido declarados Patrimonio Cultural de la Humanidad (La Habana, Trinidad, Cienfuegos y Camaguey), constituyen sitios de referencia por la trascendencia que a nivel no sólo nacional sino también internacional implica tal reconocimiento.

La presente investigación diagnostica las potencialidades de los centros históricos de las ciudades de Camagüey, Cienfuegos y Sancti Spíritus, tomando como referencia la experiencia de más de 15 años de la Oficina del Historiador de la Ciudad de La Habana, para la inserción de agencias de viajes especializadas que permitan una asistencia personalizada y un uso sostenible de sus recursos patrimoniales.

DESARROLLO

Las actuales propuestas de productos turísticos vinculados a los centros históricos patrimoniales cubanos propician un escenario de expansión para las agencias de viajes receptoras con vistas a la especialización en la atención a turistas culturales que prefieren las ofertas históricas.

Los datos presentados en la tabla 1, muestran que aun cuando están diferenciados desde el punto de vista urbano, los centros históricos cubanos constituyen fuentes de recursos potenciales cuyos atractivos patrimoniales son factibles de ser valorizados desde el punto de vista turístico si bien persisten realidades que contrastan con estas potencialidades.

Tabla 1: Datos generales de centros patrimoniales urbanos cubanos

	C.H. Trinidad	C.H. Cienfuegos	C.H. Camagüey
Área (Ha)	48,5	70	362
Inmuebles	1211	1521	9 891
Habitaciones	131	806	464

Fuente: Elaboración propia

Aun cuando la política del Ministerio de Turismo está enfocada hacia el rescate del patrimonio hotelero en aras del realce de las ciudades cubanas como destinos turísticos, son evidentes las múltiples incoherencias de las propuestas si se trata de impulsar el turismo cultural como modalidad en desarrollo en el país. De manera general, desde el punto de vista turístico, los destinos de ciudad en Cuba presentan varios problemas que sin dudas afectan la imagen y calidad de los mismos, entre los que se pueden citar:

- Inadecuado proyecto de reanimación diurna y nocturna tanto de posibles funciones comerciales como de la necesaria vida cultural que refuerce la imagen de la ciudad moderna.
- Los museos no están articulados dentro de la oferta cultural turística.
- Pérdida de tradiciones culturales e históricas.
- Carencia de atracciones nocturnas y auténticas.
- Escasa señalización citadina.
- Carencia de medios de transportación para excursiones y visitas dentro de la ciudad.

- Información casi nula a los turistas en el destino.

Sin embargo, los centros históricos cubanos son exponentes y símbolos de la identidad física y espiritual de las ciudades que identifican, al corresponderse con los núcleos fundacionales y tradicionales a partir de los cuales se gestaron los ulteriores ejes de desarrollo en contextos de mayor alcance y complejidad. En ese sentido, los productos turísticos de ciudad cubanos se caracterizan por la conservación de conjuntos arquitectónicos de gran valor inmersos en centros históricos urbanos que poseen numerosos atractivos de las manifestaciones culturales tangibles e intangibles en las que se ha venido insertando una red hotelera y otros servicios turísticos complementarios.

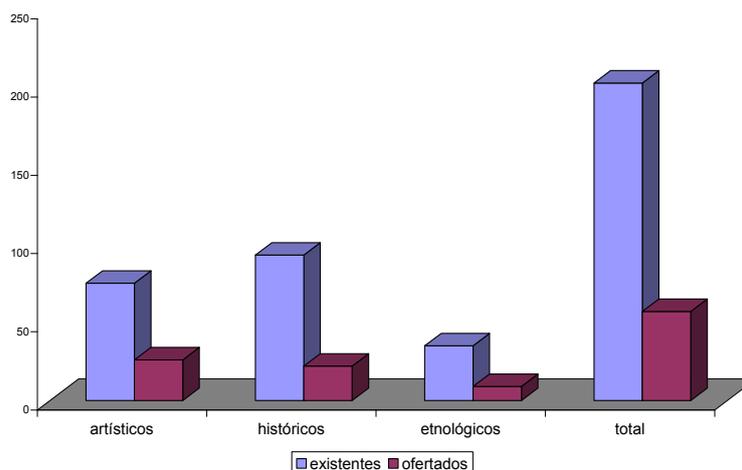
De manera general, las actividades turísticas que se desarrollan alrededor de los centros históricos objeto de estudio actualmente son:

- Recorridos o Circuitos organizados por receptivos, con pernoctaciones en los hoteles, almuerzos en tránsito y paseos en barco por la bahía.
- Estancias hoteleras
- Buceo, inmersiones, opcionales y otras actividades vinculadas al mar en el caso trinitario y cienfueguero
- Vida a bordo, mediante negocios con socios extranjeros.
- Yatismo, mediante los servicios de marina.
- Incentivos, con un comportamiento similar a circuito y una producción limitada.
- Fulldays y overnights motivados principalmente por el Delfinario y el Nicho, y combinados con Trinidad, o desde los polos de Cayo Coco y Varadero.
- Opcionales que se venden en el territorio y productos fuera de la provincia.

Las propuestas culturales están conformadas por una amplia gama de elementos patrimoniales que en su tipología están asociados al patrimonio artístico, histórico, etnológico y natural. No obstante, el uso y aprovechamiento de los recursos turísticos está muy por debajo de sus potencialidades pues sólo una pequeña parte de la riqueza patrimonial es incorporada a las opcionales turísticas las cuales se producen de manera libre y espontánea, orientándose la oferta hacia el turismo convencional mediante opcionales a los turistas que hacen estancia y a excursiones por un día vendidas en otros destinos del país, elementos que en estos espacios adquiere especial importancia, al estar vinculados al turismo de tránsito que en el caso de la ciudad de Trinidad sobrepasa, desde el año 1996, la cifra anual de 100 000 visitantes, concentrados en el centro histórico, alcanzando en los momentos pico 1200 turistas

por día. En la figura 1, puede observarse la disparidad manifiesta, en cuanto atractivos existentes y los ofertados por las diferentes agencias de viajes receptoras en los propios destinos, prueba de que las acciones encaminadas a diversificar la oferta son aún insuficientes.

Figura 1: Relación entre atractivos existentes y ofertados según productos de las Agencias de Viajes Receptoras Nacionales en los Centros Históricos de las ciudades de Trinidad, Cienfuegos y Camagüey



Fuente: Elaboración propia

No menos interesante resulta el caso cienfueguero. Es apreciable, particularmente en el centro histórico que atesora la mayor concentración de valores patrimoniales (81%), la conjunción de diferentes culturas que han hecho de este conglomerado urbano, un destino típico y excepcional dentro del mercado cubano. Puede hablarse de elementos que atestiguan la presencia aborígen, hispana, africana, china, francesa y norteamericana las cuales forman parte de una historia factible de ser incorporada a la oferta cultural de la ciudad, empobrecida y repetitiva, en aras de diversificar el producto. Sin embargo, al igual que en el caso de Trinidad, las opciones turísticas se concentran en unas pocas ofertas las cuales abarcan solo una pequeña parte de los atractivos existentes, a pesar de que las opciones de visita al Palacio Valle y a la Fortaleza de Jagua mantienen una acogida favorable según opiniones de especialistas del sector hecho que demuestra que la oferta cultural puede resultar un distintivo para el destino.

El caso camagüeyano no deja de resultar menos atractivo. Su antigüedad, posición geográfica, singularidad, riqueza formal y cultural, son entre otras, las características que convierten a esta ciudad en un atractivo turístico y la potencian para la puesta en valor de sus recursos donde la trama urbana de la ciudad, el repertorio religioso y las tradiciones son los principales atractivos que en ella pueden apreciarse. El producto

cultural está conformado por una amplia gama de elementos patrimoniales que en su tipología están asociados al patrimonio artístico, histórico y etnológico. Sin embargo, resulta ineficiente la comercialización turística de la oferta cultural pues sólo se concentra en la venta de opcionales asociadas al centro histórico, lo que obedece a la coincidencia del mismo con el centro tradicional de la ciudad. Aún cuando se parte del criterio de que todos los servicios de la ciudad deben estar en función tanto de su población como de sus visitantes está claro, dadas las condicionantes socioeconómicas imperantes y la forma de comercialización de la ciudad, que existe un conjunto de servicios que son los que realmente revisten interés y que condicionan la conformación de la ciudad histórico - turística.

Sin embargo, es el centro histórico de La Habana donde se ha manifestado de forma más evidente la incidencia del turismo a escala local, constituyendo un modelo de desarrollo, no sólo del sector turístico sino del complejo de interrelaciones que se establecen entre los diferentes actores y gestores sociales y económicos. Los recursos turísticos del Centro Histórico de La Habana, tanto histórico-culturales como infraestructurales, son puestos a disposición de los turistas por la agencia receptora de viajes (AAVV) San Cristóbal S.A. creada, en 1996, por la compañía turística Habaguanex S.A y como parte del proyecto de la Oficina del Historiador de la Ciudad, la cual juega un papel importante en la comercialización y en los servicios en tierra o receptivos. La diferenciada propuesta de opcionales, está sometida a las variaciones que el cliente decida, combinando una amplia gama de atractivos y ofreciendo alternativas relacionadas con la arquitectura, la arqueología o la cultura en general. Una visión concentrada en un producto distinguido por la obra rehabilitadora que se inserta en programas sociales, han devenido en propuestas concretas e integralmente concebidas, a lo cual se suma un eficiente trabajo de conjunto con representaciones en los mercados emisores que contribuyen a la comercialización del producto. Tomando como referencia el accionar e interés de la AAVV San Cristóbal en extender sus servicios a otros centros históricos, así como el comportamiento de sus principales indicadores económicos (Anexo 1), se considera que, en tanto no sean creadas las condiciones en los territorios, el aprovechamiento más eficiente de las potencialidades sería a partir de una representación que posibilitara una atención personalizada a clientes culturales que no pueden ser atendidos con prioridad por las AAVV receptoras, las cuales concentran sus propuestas para turistas de sol y playa. Además, en la actualidad la AVSC ofrece productos turísticos culturales en cada uno de los centros históricos analizados (Anexo 2).

Propuesta de aprovechamiento de potencialidades.

Como resultado de la investigación, se ha podido constatar que existen potencialidades para una extensión territorial, tanto en las ciudades valoradas como en la propia agencia San Cristóbal. En las primeras por su riqueza de atractivos históricos-culturales que las han hecho merecedora de la categoría de Patrimonio

Cultural de la Humanidad y por la brecha que se ha detectado ante la cantidad de atractivos que no están siendo comercializados y aprovechados en función de desarrollar correctamente esta modalidad. Por su parte la AVSC presenta un crecimiento económico ya demostrado, una experiencia de más de 15 años y un deseo de satisfacer a una demanda creciente de productos cada vez más especializados y a la medida.

Con el fin de comprobar la viabilidad de una expansión de la Agencia de Viajes San Cristóbal (AVSC) a través de una asistencia turística, se realizó una encuesta (Anexo 3) a directivos y especialistas de la misma. El resultado ayudó a corroborar el estudio sobre la posible expansión de la agencia, donde el 100% de los encuestados consideró que la AVSC está en condiciones de extender su actuación a otras ciudades históricas patrimoniales cubanas debido a:

- Ingresos suficientes y responsabilidad legal.
- La demanda potencial cada vez más especializada.
- La existencia de vínculos con las Oficinas del Conservador/Historiador.
- La experiencia y madurez acumulada en el producto histórico-cultural.
- Su interés de mostrar otras ciudades patrimoniales.

La expansión tendría como uno de sus objetivos principales el desarrollar programas especializados que estén vinculados estrechamente a la cultura y tradiciones de las ciudades, mediante la colaboración de especialistas de las Oficinas de los Conservadores y de ese modo brindar a los clientes un servicio más completo y detallado, con información verídica y profunda. Esto contribuiría a aumentar la estancia media de los destinos, pues los productos irían más allá de un simple recorrido de ciudad, abarcando con mayor profundidad las raíces culturales de las ciudades y sus alrededores.

Los encuestados refirieron que la no presencia de la agencia en estas ciudades trae consigo algunas afectaciones. Fue reconocida como principal, las limitaciones para la venta del producto de AVSC, con el 100% de las respuestas, mientras que el 70% se mostró de acuerdo con que esto provocaba no solo pérdida de clientes, sino también carencia de posibilidades de asistencia directa en el territorio. Añadieron además que el no estar representado imposibilitaba obtener tarifas competitivas en el destino.

Todos estos elementos, unidos al 100% del criterio de los expertos a favor de la extensión y al análisis de las condiciones actuales en la provincia, sugieren concretar la propuesta de extensión de la AVSC a otros centros históricos patrimoniales, a través de una asistencia turística.

Los criterios analizados consideran que si bien en un inicio sería de esta forma, la práctica y la evaluación de los resultados de los indicadores turísticos y económicos, permitirían considerar disponer de una representación como el resto de los receptivos

nacionales, pero siempre vinculada a las Oficinas de los Conservadores de los Centros Históricos (OCCH).

Los expertos además expusieron otras ventajas adicionales que le proporcionarían a la AVSC disponer de una asistencia en esta ciudad:

- Seguimiento y atención directa al cliente en el destino (a grupos pero sobre todo a individuales).
- Fortalecimiento de la oferta histórico-cultural de la AVSC.
- Facilidades de gestión y coordinación con prestatarios de servicios e instituciones locales.
- Promoción y venta de opcionales en el destino.
- Venta del producto de La Habana desde esta ciudad.
- Crecimiento económico.
- Consolidación de la agencia y su imagen como receptor especializado de alcance nacional.
- Eliminación de intermediarios.
- Fortalecimiento de las habituales relaciones de colaboración con las OCCH.
- Vinculación más estrecha con la Delegación Provincial del Ministerio de Turismo.
- Inmediatez en la actualización de las ofertas, cambios y novedades.

El asistente local de la AVSC en las provincias, deberá reunir entre otros, los siguientes requisitos técnicos – profesionales para su idoneidad:

- Ser graduado de nivel superior en alguna especialidad afín a la actividad y el producto.
- Conocer el territorio desde el punto de vista de sus atractivos, su historia y su cultura.
- Tener conocimientos de al menos 2 idiomas extranjeros, entre ellos el inglés.
- Tener habilidades comunicativas y capacidad de gestión.
- Esta persona deberá recibir un entrenamiento en la agencia acerca de su cultura y filosofía organizacional, así como de técnicas de ventas y de guiar, pues no se excluye que en algunas ocasiones tenga que asumir esta responsabilidad, fundamentalmente con clientes individuales.

Tomando como referencia el calificador de cargos ya existente en la agencia, el asistente deberá desempeñar las funciones siguientes:

1. Representar, coordinar, proponer y participar en la programación, control y supervisión de las operaciones turísticas.

2. Proponer programas de recorridos turísticos, de acuerdo con las costumbres, motivaciones, características para los tipos de turismo y segmentos del mercado que se requiera de conjunto con el área Comercial de San Cristóbal.
3. Asistir a los clientes desde su llegada, durante la estancia y a la salida de la ciudad.
4. Realizar las reuniones de información con clientes.
5. Vender excursiones y opcionales a clientes traídos por la representación en coordinación con San Cristóbal.
6. Ubicar los traslados coordinados con los transportistas locales.
7. Coordinar y reservar a través de los programas y diferentes servicios mediante la central de reservas o coordinación de la AVSC
8. Formalizar o ejecutar pólizas de seguro turístico.
9. Reconfirmar reservas aéreas.
10. Informar y asesorar al viajero para facilitarle la realización de sus viajes.
11. Ofrecer información y promoción turística al viajero.
12. Entregar mensualmente a San Cristóbal S.A, los correspondientes reportes estadísticos del movimiento turístico, volúmenes de ventas, ingresos y venta de los opcionales para su análisis.
13. Gestionar los servicios de comunicación telefónica y otros medios para el montaje y funcionamiento de sus locales de trabajo.
14. Notificar a San Cristóbal sobre cualquier situación o problema operativo en el transcurso de los servicios turísticos con clientes.
15. Notificar a San Cristóbal sobre actos violatorios del orden legal establecido.
16. Cumplir con las reglamentaciones en materia de control interno previendo no se cometan actos de indisciplinas por ventas ilícitas de productos o servicios no autorizados estatalmente.

A partir de los elementos expuestos, se propone la realización de un conjunto de acciones inmediatas a desarrollar, las cuales se detallan a continuación:

- Oficializar una alianza entre la OCCH y la AVSC a través de convenios de colaboración que posibilite la asistencia turística.
- La Oficina del Conservador de la Ciudad ha manifestado la disposición de fortalecer los vínculos de colaboración con la Agencia, ya que esta última ha mostrado profesionalidad y rigor en el diseño del producto histórico - cultural. La colaboración de esta oficina se realizaría a través de un convenio, donde inicialmente, por las condiciones actuales del objeto social las mismas de no poder recibir ingresos, la representación de la AVSC, radicaría en un espacio físico proporcionado por la Oficina, la cual facilitaría sus especialistas para los

recorridos especializados. San Cristóbal pagaría por estos servicios, una vez modificado el objeto social de esta institución, situación que ya ha sido presentada al Ministerio de Economía y Planificación y que debe cambiar según los lineamientos 31, 32 y 33 de la actual política económica y social del partido y la Revolución.

- Elaborar proforma y discusión de términos de un Contrato de Asistencia.
- Incorporar la implementación del proyecto a los Objetivos de Trabajo de la AVSC.
- Realizar la selección del asistente y garantizar su entrenamiento y capacitación.
- Crear y renovar la carpeta de productos de AVSC a partir de las potencialidades del territorio y la experiencia comercial acumulada. Se tomarían como punto de partida los elementos que atestiguan la presencia cultural diversa, las cuales forman parte de una historia factible de ser incorporada a la oferta, en aras de diversificar el producto histórico-cultural de la ciudad.

A MODO DE CONCLUSIÓN

Más que durmientes iconos urbanos, los centros históricos se revelan como verdaderas estructuras polifuncionales vivas donde coexiste lo auténtico, lo original y lo moderno a partir de la confrontación de procesos económicos, socio-culturales, generacionales, espaciales y por supuesto, patrimoniales, donde se ha logrado compatibilizar armónicamente la inserción de la vida contemporánea. Las tipologías patrimoniales definidas consolidan la autenticidad de estos centros, en los cuales las diferentes manifestaciones se proyectan hacia una diversificación potencial del producto turístico cuya comercialización y puesta en valor para el turismo resulta ineficiente. Se trata entonces de gestionar modelos de desarrollo turísticos que asuman esa categorización de rango internacional, donde la jerarquía que implica formar parte del Patrimonio Cultural de la Humanidad, constituya no una arista sino el elemento integrador de las proyecciones futuras.

La Agencia de Viajes San Cristóbal posee potencialidades para expandirse hacia otros centros históricos patrimoniales cubanos avalado por su experiencia y madurez en productos histórico - culturales, por su crecimiento económico sostenido y por sus estrechos vínculos con las Oficinas de los Conservadores de dichas ciudades. La materialización de la expansión de la AVSC en una asistencia turística permitiría a la agencia fortalecer su gestión en la atención a clientes individuales, ampliar su cartera de productos en otros destinos patrimoniales del país y aumentar sus beneficios económicos.

BIBLIOGRAFÍA

1. Albert, I. "*Gestión, Productos y Servicios de las Agencias de Viajes*". Editorial Centro de Estudios Ramón Acereces, S.A. Madrid, España. 1999.
2. Ávilez, J. "*Las Técnicas de Recolección de Datos*". 2005. Disponible en: www.monografias.com
3. Ayala, H. "*Apuntes sobre agencias de viajes minoristas*". Universidad de La Habana, Cuba. 1994.
4. Centro de Estudios Turísticos⁹. "*Manual Terminológico de turismo y materias afines*". Edición Preliminar, La Habana, Cuba. 2005.
5. Centro de Estudios Turísticos. "*Los Turoperadores en el Turismo Internacional*". Selección de Lecturas de la asignatura Mercados Emisores de la Licenciatura en Turismo. Universidad de La Habana, Cuba. 2008-2009.
6. Chepe, T. "*Importancia de la cultura en la capacitación de los Recursos Humanos en Cienfuegos y el mejoramiento de ofertas turísticas culturales en el territorio*". Tesis en opción al título de Máster en Gestión Turística. CETUR, Universidad de La Habana. 2006.
7. Consejo de Estado. "Decreto- Ley No. 143: *Sobre la Oficina del Historiador de Ciudad de La Habana*". Octubre 30, 1993.
8. Cruz, N. "*Canadá: potencialidades para el turismo cultural en Ciudad de La Habana*." Tesis de maestría en gestión turística. CETUR, Universidad de La Habana, Cuba. 2009.
9. De Riva, J.M. "*Las tecnologías de la información y las Agencias de Viajes. Situación actual y evolución futura*." XVIII Congreso AEDAVE. Cartagena de Indias, Colombia. 2007.
10. De Urrutia, L. "*Metodología métodos y técnicas de la investigación social III. Selección de lecturas*." Editorial Félix Varela, La Habana, Cuba. 2003.
11. Dirección Provincial de Planificación Física. "*Plan de Ordenamiento Territorial de Cienfuegos*". Cienfuegos, Cuba. 2005.
12. Echarri, M. "*Análisis Geográfico del Turismo en Ciudades Patrimoniales Cubanas. Caso de Estudio: Centro Histórico de La Habana*". Tesis en Opción al Título de Doctor en Ciencias Geográficas, Universidad de La Habana. 2006.
13. Echarri, M.; Alcebo, C. "*Modalidades Turísticas: características y situación actual*". Capítulo V: Turismo Cultural. Coordinación: Héctor Ayala Castro, CETUR, Universidad de la Habana, Cuba. 2007.
14. Fernández, C.; Blanco A. "*Servicios turísticos en agencias de viajes*". CIDTUR, La Habana, Cuba. 1996.
15. Góngora, I. "*Agencias de Viajes*". Formatur, La Habana, Cuba. 2000.

16. Jouve, C; Díaz M. A.; Linares, A. *“Agencias de Viaje”*. Balcón, La Habana, Cuba. 2008.
17. López, F. *“Factores y condicionantes de la ventaja competitiva y de los resultados de las Agencias de Viaje en España: un estudio empírico de sus aspectos estratégicos más relevantes”*. Tesis doctoral. Universidad Autónoma de Barcelona, España. 2001.
18. Martín, R., *“Principios, Organización y Práctica del Turismo”*. CETUR. Universidad de La Habana, Cuba. 2006.
19. Ministerio de Justicia. *“Gaceta Oficial No. 29 de la República de Cuba”*. Ley No. 2 de los Monumentos Nacionales y Locales, Cap. 1, Art.1. Agosto 4, 1977.
(s/a) Disponible en: www.gacetaoficialdecuba.cu
20. MINTUR- MINCEX. *“Resolución Conjunta 1/98: Reglamento de Agencias de Viajes Nacionales, Sucursales y Representaciones de Agencias de Viajes Extranjeras en la República de Cuba”*. La Habana, diciembre de 1998.
21. Montalvo, S. y Andradadas, M. *“Investigación comercial y de mercados”*. ICEMD.
(s/a) Disponible en: www.icemd.com
22. Oficina Nacional de Información Turística. *“Estudio del Nivel de Satisfacción del Destino Cuba”*. Enero de 2011.
23. Partido Comunista de Cuba. *“Lineamientos de la política económica y social del Partido y la Revolución”*. VI Congreso del Partido. Cuba. Abril 18 de 2011.
24. Perelló, J.L. *“Informe resumen del turismo en Cuba”*. CETUR, La Habana. 2010.
25. Perelló, J.L. *“Introducción a la Investigación de Mercados Turísticos”*. Texto docente. CETUR, Universidad de La Habana. 2005.
26. Plan Maestro. *“Plan de desarrollo integral”*. Oficina del Historiador de la Ciudad de La Habana. La Habana. 1996.
27. Rodríguez, V. Apuntes docentes de la asignatura Gestión de Agencias de Viaje y Transporte Turístico, Curso Académico 2008-2009. CETUR. La Habana. 2007.
28. Torrens, M. (2004). *Evaluación del espacio turístico en el Centro Histórico de Camagüey*. Tesis de Maestría. Facultad de Geografía. Universidad de La Habana. Disponible en: www.ohcc.cu. Fecha de consulta: 08-05-2011.
29. Troitiño, M.A. et al. *“Problemáticas e implicaciones urbanas del turismo”*. Departamento de Geografía Humana. Universidad Complutense de Madrid, España. 2002.

Anexo 1: Resumen de resultados económicos de la AAVV San Cristóbal

Figura 1: Ingresos (miles de USD) en el período 1996 - 2010

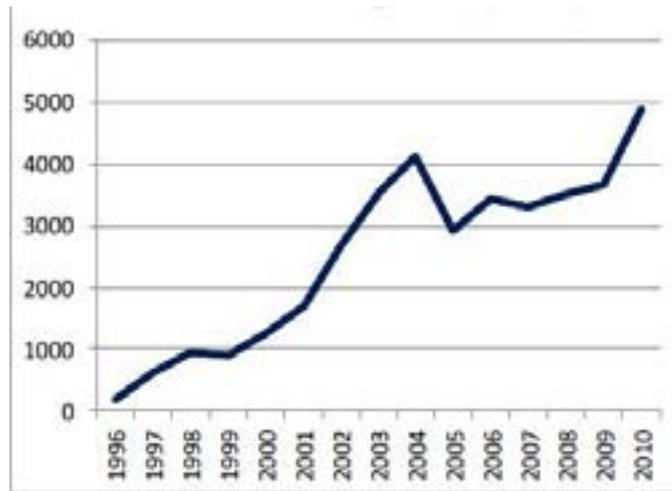
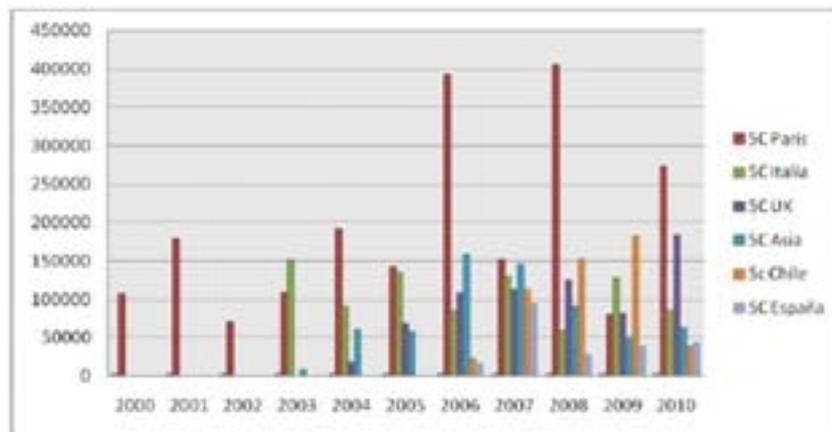


Figura 2: Evolución económica de las Oficinas en el Exterior desde su creación



Anexo 2: Productos turísticos de la AVSC en Cienfuegos

Nombre del producto	Cantidad de noches en Cienfuegos	Principales actividades
Cita con la cultura	1	Recorrido panorámico por la ciudad y visita al Jardín Botánico.
Ciudades Históricas	1	City Tour.
Revolución Cubana	1	City Tour y visita al Museo de la Marina.
Ruta Canaria	1	Recorrido panorámico por la ciudad, visita al Teatro Tomas Terry y al Jardín Botánico.
Ruta Asturiana	1	Recorrido por la ciudad, visita al Jardín Botánico, al Teatro Tomas Terry y conversatorio con el Conservador sobre la presencia asturiana.
Las 7 Villas	-	Recorrido panorámico de la ciudad de una hora.

Anexo 3: Modelo de encuesta a profesionales de la agencia de viajes SAN CRISTOBAL

La evolución de los indicadores económicos de la agencia San Cristóbal (AVSC) demuestra la eficacia y eficiencia de su gestión, lo cual puede ser indicativo de las posibilidades de expansión de la Agencia hacia otras ciudades patrimoniales cubanas, en especial Cienfuegos, Trinidad y Camaguey. Esta encuesta está dirigida a conocer su opinión al respecto. Le agradecemos su colaboración.

1. Estaría de acuerdo con una propuesta de expansión de la AVSC hacia otras ciudades patrimoniales cubanas? Si _____ No _____
2. Conoce si existen desvíos de pax , interesados en visitar estas ciudades, que la AVSC debe realizar a otros receptivos? Si _____ No _____
3. Considera que la AVSC está en condiciones de extender su actuación a otras ciudades cubanas? (explique el por qué)

Si _____ No _____

4. Estaría a favor de que esta actuación se concretara en un asistente? Si _____ No _____

5. Marque con una X en cuál de estas ciudades sería más conveniente un asistente? (Puede marcar más de 1 opción)

_____ Trinidad _____ Cienfuegos _____ Camaguey

6. Enumere tres ventajas que le proporcionaría a la AVSC disponer de un asistente en las ciudades mencionadas

Comentarios
