

DISEÑO DEL PRODUCTO AGROTURÍSTICO INTEGRADO RANCHO
AVENTURA EN EL MUNICIPIO CALIXTO GARCÍA
DESIGN OF AN INTEGRATED FARM-TOURISM PACKAGE RANCHO AVENTURA
FOR THE MUNICIPALITY OF CALIXTO GARCÍA

Autores

Lisbet Eunice Pérez Anzardo, lepereza@uho.edu.cu, Centro Universitario Municipal “Calixto García”, Universidad de Holguín, Licenciada en Economía, Máster en Gestión Turística, Coordinadora de la carrera de Contabilidad y Finanzas.

Evelina Cardet Fernández, evelina@uho.edu.cu, Universidad de Holguín, Máster en Ciencias, Profesora del Departamento de Turismo.

RESUMEN

El Turismo Rural ha surgido en varios países como alternativa para generar mayores ingresos en localidades dedicadas principalmente a actividades económicas relacionadas con la agricultura y la ganadería. El municipio Calixto García se encuentra situado en la parte oeste de la provincia de Holguín, enmarcado alrededor de la carretera central y su principal renglón económico lo constituye el sector agropecuario y los cultivos varios. Cuenta con recursos naturales, culturales e históricos significativos, pero la gestión de los mismos en la búsqueda de convertirlos en productos de atracción turística no ha sido suficiente para favorecer un desarrollo sostenible en este sector de la economía, de manera que se haga un uso eficiente de los recursos existentes, a la vez que se incentive la protección de la diversidad natural y el patrimonio. Sobre esta base, se desarrolló la presente investigación con el objetivo de diseñar el producto agroturístico Rancho Aventura para contribuir a la oferta turística del municipio y el desarrollo local. Se trata de crear un espacio donde se combinan actividades recreativas con historia y tradiciones del campesinado cubano para crear un producto único que dejará huella en la mente de todo aquel que visite la Finca Rancho México en Calixto García. Para ello se diseñó un procedimiento, a partir de los criterios comunes de los autores estudiados, y se modificaron e incorporaron elementos en algunas de las etapas. El estudio ha sido validado y presentado en eventos científicos nacionales e internacionales, así como en revistas indexadas con resultados positivos.

Palabras clave: agroturismo, producto agroturístico, desarrollo local

ABSTRACT

Rural Tourism has emerged in several countries as an alternative to generate higher and better incomes in those localities dedicated mainly to economic activities related to agriculture and livestock. The Calixto García municipality is located in the western part of the Holguín province, framed around the central highway and its main economic line is the agricultural sector and various crops. It also has significant natural, cultural and historical resources, but their management in the search to turn them into products of tourist attraction has not been sufficient to promote sustainable development in this line of the economy, so that use is made efficient use of existing resources, while encouraging the protection of natural diversity and heritage. On this basis, this research was carried out with the aim of designing the Rancho Aventura agrotourism product to help boost the municipality's tourism offer. It is about creating a space where recreational activities and fun games are combined, with the history and traditions of the Cuban peasantry to create a unique and incomparable product that will leave a mark on the mind of everyone who visits Finca Rancho México in Calixto García. For this, a procedure was designed, taking into account the common criteria of the authors studied,

modifying and incorporating elements in some of the stages. The study has been validated and presented at national and international scientific events, and in indexing reviews with positive results.

keywords: farm-tourism, farm-tourist package and local development

INTRODUCCIÓN

El turismo (Ayala Castro, H. y. 1996; Fayos Solá, E. 1997; Ascanio, A. 2004; Rodríguez, G. 2019; y otros) constituye uno de los fenómenos económicos sociales de mayor importancia y de más rápido crecimiento a nivel mundial. La modalidad del turismo de Sol y Playa ha sido y continúa siendo el segmento de este mercado que aporta mayores flujos de turistas a escala internacional. Sin embargo, se distingue de otro modelo de desarrollo del Turismo Alternativo asociado con la interacción, las experiencias, la satisfacción y el enriquecimiento personal en estrecho vínculo con el entorno natural, la cultura popular y la vida cotidiana en general.

Por consiguiente, el crecimiento continuo de este sector ha provocado una mayor exigencia en los productos turísticos (Beltrán Vargas, L. C. y otros 2002; Bernal Ruiz, Z 2010; González Sainz, Y. 2012) que se demandan y el movimiento de estos hacia formas alternativas, en las que se prioriza con mayor nitidez la responsabilidad social por la protección de los valores naturales, históricos y culturales del destino.

Una oportunidad a aprovechar, es que los mercados turísticos actuales coinciden con los principales emisores de Turismo de Naturaleza a nivel internacional; lo que exige el diseño de una oferta adaptada a las nuevas necesidades de intercambio con el entorno y las culturas locales. El fortalecimiento de la modalidad agroturística (Ascanio, A. 2004; Partido Santanach, D. y otros 2009; Rodríguez, G. 2019), incrementa la demanda de dichos mercados.

En Cuba se busca que el turismo tradicional de Sol y Playa no sea la única opción y que el Turismo de Ciudad, de Naturaleza e Histórico-cultural, tengan un rol preponderante dentro del mercado de este tipo, ya que cuenta con el potencial necesario para ello y a partir del diseño de productos exclusivos favorecer que este sector continúe siendo el motor de mayor impacto en la economía cubana. Sin embargo, solo se practican en Cuba las diferentes modalidades de Turismo de Naturaleza en aquellos lugares considerados de espectacular belleza, pero no se ha incursionado suficientemente en la explotación de las bondades naturales de pequeñas localidades que tienen potencialidades para ello y donde se involucren los atractivos naturales con la cultura popular comunitaria.

El destino turístico Holguín (Pérez Campdesuñer, R 2006; Fernández García, Y 2009; Ávila Guilarte, Y 2013) cuenta con un determinado grado de desarrollo turístico, fundamentalmente en los municipios costeros. No obstante, un análisis de este sector permite constatar que:

- Las ofertas de Turismo Rural son aun limitadas
- El reconocimiento a la actividad agropecuaria y cultural-tradicional en función de un producto turístico que pueda aportar significativamente a la recuperación de la economía del país y al rescate de la más primitiva cultura resultan insuficientes.

Calixto García es un territorio que, por su entorno natural y tradiciones culturales, cuenta con potencialidades para insertarse en el Turismo Rural y específicamente en la variante de Agroturismo. No obstante, los instrumentos aplicados (encuesta, entrevista, etc.) permitieron detectar que:

- ✓ No existe evidencia de estudios realizados acerca de las potencialidades

agroturísticas locales.

- ✓ Desconocimiento de las modalidades de Turismo Alternativo por parte de los gestores del municipio.
- ✓ Inexistencia de la infraestructura necesaria para desarrollar esta modalidad.
- ✓ Inexistencia de infraestructura y estrategias para la creación, comercialización y posicionamiento de los posibles productos turísticos en el mercado.

Todo lo antes expuesto permitió comprobar que es insuficiente el aprovechamiento de las potencialidades del entorno natural y los componentes de la cultura popular tradicional campesina del municipio Calixto García para incentivar el agroturismo, lo que limita su desarrollo local sostenible.

Por lo que el objetivo que se persigue con la investigación, cuyos resultados se exponen a continuación, es diseñar el producto agroturístico Rancho Aventura, de manera que contribuya a la protección de la diversidad natural y el patrimonio histórico cultural y se diversifique el ingreso a partir de la aplicación parcial del procedimiento seleccionado, que aprovecha las potencialidades existentes y contribuirá al desarrollo local desde la actividad turística.

Para el desarrollo de esta investigación se emplearon los métodos teóricos como histórico-lógico, analítico-sintético, sistémico-estructural; y empíricos como la observación científica, la entrevista, estudio de documentos normativos, criterio de especialistas. Se utilizaron, además, métodos matemáticos-estadísticos para el procesamiento de las encuestas y entrevistas, así como la triangulación de fuentes y métodos.

DESARROLLO

El Turismo Rural es un subproducto del Turismo de Naturaleza, y se destaca como parte del mismo el Agroturismo, segmento especializado que conlleva alojamiento en casas o fincas rurales y actividades recreativas dentro y/o en relación con el entorno agropecuario (Bassotti, 2013). Éste último, tiene como fin la satisfacción de ciertos segmentos de mercado ambientalmente comprometidos, con un interés centrado en el conocimiento de la cultura rural y promueve nuevas formas de convivencia en los contextos regionales del turismo a partir de mantener prácticas agrarias ambientalmente sostenibles (Rodríguez, G. 2019). Esta práctica ha sido considerada en los últimos años como una estrategia para dinamizar el desarrollo de las zonas rurales.

Por su parte, el desarrollo local se basa en la identificación y aprovechamiento de los recursos y potencialidades endógenas de una comunidad (Albuquerque, 2002; Araújo N. y Paül V., 2012; Noa G. y Gascón G., 2019) y al mismo contribuye el turismo, siendo varios los documentos y declaraciones que lo establecen (OMT, 2002; OMT, 2015; ONU, 2012; Lineamientos de PCC, 2017; Constitución de la República de Cuba, 2019; entre otros). Ellos demuestran que el sector promueve la creación de empleo, la generación de nuevas actividades productivas, y en el caso particular de los países en desarrollo, colabora en la atenuación de la pobreza, etc. Con base en todo lo anterior, se puede concluir que el agroturismo representa entonces una alternativa viable y atractiva como estrategia de desarrollo local.

Por su parte, Blanco y Riveros (2010), plantean que el producto agroturístico aprovecha el patrimonio agropecuario y agroindustrial de un determinado lugar para ofrecer visitas que resulten de interés para un cierto segmento de turistas. Es decir, los productos agroturísticos han de ofrecer “experiencias” en un ambiente rural con oportunidades de diferenciación, posibilitando situaciones de interacción positiva con visitantes de las

ciudades para sembrar en ellos un espíritu de cuidado del entorno natural y el respeto por el estilo de vida y por la identidad local.

Para el diseño del producto agroturístico integrado “Rancho aventura” se hizo un análisis comparativo de metodologías expuestas por diferentes autores (Noda Hernández, 2004); (Machado-Hernández 2007); (SECTUR 2002 y 2003); (Promperú, 2001); (Pierre Avoce, 2007); (Blanco, 2008); (Font, 2010) y se determinó que no se realiza la evaluación de las fases como vía de retroalimentación en la gestión del proceso, y tampoco se realiza un diagnóstico completo de la situación del entorno que permita determinar si existen oportunidades para el diseño de nuevos productos, debido a que no se tiene en cuenta la situación del macroentorno y la influencia que ejercen los factores de la comunidad sobre la actividad turística. Tampoco se emplean herramientas que permitan concluir el proceso y proponer su desarrollo y renovación teniendo en cuenta el ciclo de vida del producto y las acciones de mejora. Por lo que se propone un procedimiento donde se destaca la introducción de una Fase IV: Control y mejora del producto turístico, en la que se detallan un grupo de indicadores que permitirán diseñar y aprobar un plan de acción para la mejora continua, que faciliten el perfeccionamiento de los niveles de la gestión en la calidad del producto y validar los resultados.

Fase I – Preparación inicial

Se creó y capacitó un equipo de trabajo integrado por 7 especialistas con experiencia en la actividad turística más profesionales de diferentes sectores e instituciones vinculadas al turismo y a la agricultura en el territorio.

Fase II – Identificación de oportunidades

Se realiza a continuación un registro y valoración del estado de todos los elementos que pueden constituir una motivación para el turista y con base en las encuestas y entrevistas realizadas, a partir del diagnóstico a las capacidades existentes en el municipio Calixto García, y se resumen en: Flora y Fauna, Equitación, Rodeo, Órgano oriental Hermanos Ajo, Historia de la localidad, Religión y espiritismo, Artesanía, Bailes y danzas, Literatura calixteña, Comidas típicas criollas, Lidias de gallos, Deportes.

Seguidamente se analiza la demanda actual sobre la base de cifras reales obtenidas a través de encuestas y estadísticas sectoriales, seleccionándose los principales mercados emisores y realizando la segmentación de los mismos para estudiar su comportamiento. Se conoció que al aeropuerto Frank País de Holguín, en el año 2019 arribaron 352 729 visitantes extranjeros, los principales mercados emisores con los que trabajó el destino fueron Rusia, Canadá y el mercado interno, Las visitas de cubanos residentes en el exterior crecieron un 3,9%. Además, se recibieron turistas de Estados Unidos, Alemania, Italia, Argentina, Francia, España y México, entre otros.

Luego se determinan como mercados metas: el mercado interno, cuya comercialización de opcionales por los receptivos del destino fue superior en un 31,4% al año precedente y el mercado ruso, por ser un mercado en crecimiento.

En cuanto a la competencia, la provincia Holguín dispone de 16 productos de naturaleza, de ellos 11 senderos y recorridos. Nueve de ellos, pueden representar cierta competencia al PAT Rancho Aventura, no obstante, evidencian debilidades frente al producto agroturístico, entre otras: prácticamente todas utilizan los mismos atractivos, todas realizan actividades muy similares y todas emplean los mismos medios de transporte. Por tanto, el lanzamiento del nuevo producto que incluye atributos únicos y auténticos, entre los que destacan las actividades de equitación y rodeo junto a la

inclusión del órgano oriental como parte del mismo, por solo mencionar tres de los más relevantes, constituyen una oportunidad que permitirá a los clientes el disfrute de una experiencia inolvidable y contribuirá a fomentar la actividad turística en Calixto García.

A manera de cierre de esta etapa se utilizó la Matriz de Factores Externos (MEFE), para diagnosticar la situación externa existente, en la que se identificaron las oportunidades y amenazas del entorno y se obtuvo un resultado ponderado de $3.22 > 2.50$, lo que manifiesta que existe un predominio de las oportunidades sobre las amenazas.

Se analiza la situación interna del municipio y se parte de la caracterización del mismo: Calixto García es el más occidental de los municipios holguineros, Buenaventura es su capital, atravesada de este a oeste por la carretera central que lo conecta con las ciudades de Holguín y Las Tunas. Se desarrolla la agricultura no cañera y la ganadería, lo que representa el 78 % aproximadamente de la producción mercantil del territorio. La cultura local está muy ligada a la vida campesina, a la décima y a la música del órgano oriental. Dentro de los certámenes culturales sobresalen: El Festival de Órganos Pepe Ajo y las Bachatas Campesinas de Las Mantecas, ambas con potencialidades para insertarse en el turismo cultural. Las carreras de caballos, el rodeo, corridas de cintas y otros ejercicios ecuestres, han valido a Calixto García el reconocimiento como capital de la equitación en Cuba.

A modo de resumen se empleó como herramienta la Matriz de Evaluación de Factores Internos (MEFI), y se obtuvo un total ponderado de $2.37 < 2.50$, lo que manifiesta que existe un predominio de las debilidades sobre las fortalezas, por tanto, el entorno interno es desfavorable.

Como cierre de esta Fase se utilizó la Matriz Interna-Externa para comparar los resultados obtenidos en los diagnósticos externo e interno, y determinar las estrategias a seguir para lograr el éxito del nuevo producto. Al elaborar la matriz el producto se ubicó en el cuadrante II y casilla DO de la Matriz DAFO, por lo que se han de dirigir los esfuerzos a superar las debilidades y aprovechar las oportunidades, para lo cual se recomienda seguir estrategias adaptativas o de reorientación.

Fase III – Diseño del producto turístico

En esta etapa serán definidos los objetivos y el nombre del producto agroturístico, el concepto del mismo y el mix de servicios.

Objetivos del producto

1. Ofertar un turismo auténtico y participativo, que combine actividades recreativas con las tradiciones campesinas más recursos naturales, patrimoniales y culturales en base a la sostenibilidad.
2. Comunicar a los visitantes nacionales y foráneos la rica diversidad histórico-cultural y patrimonial del municipio Calixto García.
3. Rescatar tradiciones y potenciar la identidad local, así como el desarrollo local.

Se propone como nombre del producto agroturístico Rancho Aventura y el mismo se acompaña del slogan: Una experiencia diferente...fusión perfecta de equitación, rodeo, agricultura y más.

Se define el **concepto de producto**: Equitación, rodeo, prácticas de manejo agrícola, bailes típicos y la exclusiva música del órgano oriental, se fusionan con historia y tradiciones del campesinado cubano para crear un producto único e incomparable que dejará huella en la mente de todo aquel que visite la Finca Rancho México en Calixto García-Holguín, donde disfrutarás de una experiencia inolvidable a la vez que podrás compartir el estilo de vida local y en interacción positiva con los pobladores, desarrollar

algunas técnicas agrícolas artesanales como el ordeño manual de ganado vacuno, el cuidado de ganado equino o la siembra de un árbol; para disfrutar así de una placentera estancia, que complementada con la gastronomía típica local, una interesante artesanía de fibras vegetales y juegos tradicionales del campo cubano; fortalecerá tu espíritu de cuidado del entorno natural y el respeto por el estilo de vida local.

Con el objetivo de añadirle valor al producto fueron identificados los atractivos existentes, se tuvieron en cuenta cualidades como accesibilidad, autenticidad, y posibilidad de realizar diversas y atractivas actividades, entre las que destacan:

- Recibimiento en la Finca Rancho México por los pobladores locales que entregarán flores a los visitantes, mayormente mariposas que es la flor nacional de Cuba, acompañado con el toque del guamo.
- Oferta de un coctel de bienvenida hecho a base de frutas frescas o agua de coco en su forma natural (a seleccionar por el cliente).
- Presentación de corridos y caringa calixteña, bailes típicos locales amenizados por el Órgano Hermanos Ajo, institución cultural insigne del municipio y de Cuba.
- Descarga del Órgano Hermanos Ajo, se explicará toda la rica historia del instrumento, su arraigo popular entre el campesinado cubano especialmente en la zona oriental del país y su declaración como Patrimonio Cultural de la Nación.
- Disfrute de espectáculo de equitación que incluye el adiestramiento o doma clásica de animales, saltos de obstáculos, gimnasia a caballo, lazo doble, coleo y ejercicios combinados; a cargo de jinetes y amazonas, adultos y niños.
- Servicios de equinoterapia para facilitar el Turismo Accesible y con fines terapéuticos con el propósito de solucionar o mejorar problemas físicos, psicomotores, emocionales, relaciones, entre otros.
- Disfrute de espectáculo de Rodeo que puede incluir: monta de toros, corrida de vacas, movimiento de la rienda, derribo de becerros, laceo en equipo o pareja y laceo individual de ternera, con la participación de jinetes y amazonas; adultos y niños.
- Realización de labores agrícolas por los visitantes, aplicación técnica artesanales como el ordeño manual de ganado o la siembra de un árbol.
- Disfrute de la gastronomía tradicional local a través de la degustación de un almuerzo típico cubano que incluye un sabroso café criollo y en el que no faltarán las calixteñas, una especie de frituras elaboradas a base de yuca.
- Observación del proceso de elaboración de artesanías típicas locales de fibras vegetales, madera, cuero, etc. y compra de las mismas.
- Disfrute de juegos tradicionales del campo cubano como las corridas de cintas y el palo encebao'.

Se determina el **mix de servicios**, y se define como servicio principal el producto Rancho Aventura. Contará con servicios secundarios de información, señalización, restauración, transporte y otros servicios generales como los servicios médicos, seguridad, salida telefónica internacional y canje de monedas. Como parte de la oferta, se venderán souvenirs que identifican la opcional (los cuales se obsequiarán personalidades importantes o clientes VIP), artículos de artesanía replicas en miniatura de caballos de madera con los nombres de los ejemplares más premiados de la localidad, monturas de cuero, órganos de música, entre otros. Todos llevarán grabado el logotipo de la excursión, especialmente diseñado para la misma.



Figura 1. Logotipo del producto agroturístico Rancho Aventura

Diseño. Arq. Andor Caballero Hernández

Se define la localización espacial y temporal del mismo, y se recomienda evaluar la posibilidad de empleo de medios de transporte rural típico alternativo (coches tirados por caballos o carretas tiradas por bueyes, debidamente decorados para la ocasión) gestionados por trabajadores por cuenta propia, lo cual puede resultar de gran atractivo para los clientes. Para la puesta en valor o implementación del producto agroturístico Rancho Aventura se elaboró un plan de acción que contiene cada una de las actividades a desarrollar, los responsables de realizarlas y la fecha de cumplimiento de las mismas.

Fase IV: Comercialización del producto turístico

Se decidió adoptar un posicionamiento diferenciado en el mercado, y se debe partir de la singularidad y el valor diferencial de los recursos y atractivos con que cuenta (tradición en actividades de equitación, rodeo y artesanía), y de las actividades recreativas que se desarrollan (con la presencia del órgano oriental, Patrimonio Cultural de la Nación Cubana), a través de canales de distribución como las agencias de viajes y turoperadores de mayor significación que operan en el destino con los mercados meta seleccionados, sin descartar las ventas directas y el uso de internet como canal de distribución. La fijación del precio del producto se determinó basándose en el precio, la competencia, el mercado y la demanda. Se decidió utilizar estrategias de temporada y promocionales, y se propone para el mercado interno \$ 300.00 pesos con transporte incluido y \$ 150.00 sin el transporte; y para el mercado internacional \$ 80.00 MLC, en ambos casos se requerirá un mínimo de 10 pax.

Fase V. Evaluación, retroalimentación y mejora continua

Para garantizar la mejora continua del producto propuesto se realiza un control parcial; a partir del análisis de su viabilidad económica y sus aportes al desarrollo local. Del análisis realizado por los expertos, el grupo de desarrollo local y datos consultados con especialistas de la Inmobiliaria para el Turismo en Holguín, a sabiendas que el principal problema radica en el estado de deterioro del local que ocupan las instalaciones se estimó el costo de las restantes inversiones para ambientar el lugar lo cual se muestra en la **tabla 1**.

Actividades	Presupuesto en CUP
Construcción y montaje	\$ 245 700,00
Equipamientos	65 500,00
Otros	38 800,00
Total	\$ 350 000,00

Tabla 1. Distribución de las inversiones para el diseño del producto agroturístico

Fuente. Grupo de Desarrollo Local

Se calculó el tiempo en que se recuperará la inversión, a partir del precio fijado para el mercado interno con cuatro frecuencias semanales durante un tiempo aproximado de 5 horas, aproximadamente en 1 año, tres meses y 22 días se generará un movimiento de fondo suficiente para recuperar la inversión. Con el desarrollo del análisis de factibilidad

y el cálculo del punto de equilibrio y su representación, se puede predecir que el producto es económicamente factible.

Valoración de resultados

La gestión del producto diseñado, favorecerá el desarrollo local del municipio Calixto García pues la misma asegura un grupo de resultados, entre los que destacan:

- Consolidación de la identidad local a partir de la preservación, conservación y revitalización de la cultura popular tradicional campesina.
- Establecimiento de alianzas entre la Empresa Flora & Fauna y su centro genético equino El libertador, la Finca Rancho México y productores agropecuarios privados con sus familias.
- Generación de nuevas actividades productivas y creación de nuevos empleos, especialmente para las mujeres, que aseguren la prestación con calidad de los servicios planificados relacionados con la artesanía típica, la gastronomía, los cultivos de flores y frutas.
- Desarrollo de acciones de formación y capacitación de los recursos humanos necesarios para asegurar la calidad requerida de los servicios a ofertar.

Como resultado de la consulta a los 10 especialistas seleccionados se pudo establecer que el 82% reconoce la importancia del procedimiento en función de la calidad del producto turístico, así como su validez y pertinencia. El 18% señaló que podría mejorarse la profundidad metodológica del procedimiento y por tanto su validez, coincidiendo los especialistas en que tanto el procedimiento como el diseño del producto turístico constituyen una propuesta importante, pertinente y viable que contribuirá a potenciar la oferta turística del municipio Calixto García y con ello su desarrollo local.

Una vez que el producto se haya lanzado al mercado, se debe diseñar un sistema de encuestas que permita obtener información para asegurar la retroalimentación sobre el grado de satisfacción del cliente y sus sugerencias para la mejora continua del mismo.

CONCLUSIONES

El diseño de productos agroturísticos a partir de las potencialidades del entorno natural y los componentes de la cultura popular tradicional campesina, puede favorecer su desarrollo local capaz de aportar una experiencia única e inolvidable.

Se analizó un total de 7 metodologías y procedimientos para el diseño de productos turísticos, identificándose que existen insuficiencias para una correcta gestión de este proceso, por lo que se decidió confeccionar un nuevo procedimiento teniendo en cuenta los criterios comunes de los autores estudiados, modificando e incorporando elementos en algunas de las etapas.

Se diseñó el producto agroturístico Rancho Aventura que, según el criterio de los expertos consultados es pertinente, y contribuye al desarrollo local del municipio Calixto García, que responde a los intereses del público objetivo seleccionado.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Albuquerque, F. (2002). Marco conceptual y estrategias del desarrollo local. Instituto de economía y Geografía. Madrid. España
- Araújo, N. y Paül, V. (2012). El agroturismo como alternativa de ocio. Análisis del perfil de agroturista en el Parc Agrari del Baix Llobregat (Cataluña). Revista de investigación en turismo y desarrollo local (TURyDES). Vol 5, Nº 12 (junio/junho). España.
- Ávila-Guilarte, Y. (2013). Análisis territorial de las instalaciones recreativas

extrahoteleras en el sector turístico bahía de Vita-Bahía de Samá, Holguín. Trabajo de Diploma en opción al título de Licenciado en Turismo. Universidad de Holguín. Cuba.

- Ascanio, A. (2004) Turismo y desarrollo de la comunidad: un primer paso para rescatar la identidad cultural. Revista Pasos. Vol. 2, No.2. Universidad Simón Bolívar. Venezuela.
- Bassotti, G. (2013). Plan de Negocio de Turismo de Naturaleza para Colombia. Descargado de: <http://www.colombiaproductiva.com>
- Blanco, M. (2008). Guía para la elaboración del Plan de Desarrollo Turístico de un territorio. Convenio IICA Costa Rica y PRODAR (Programa de Desarrollo Agroindustrial Rural). San José, Costa Rica.
- Blanco y Riveros (2010). El agroturismo como diversificación de la actividad agropecuaria y agroindustrial. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA). Revista Estudios Agrarios. págs 117-125. San José, Costa Rica.
- Beltrán Vargas, Luz Cecilia; y otros (2002). Diseño y comercialización de productos turísticos. Diplomado Gestión y Desarrollo del Turismo Regional. Módulo IV. Universidad Externado de Colombia.
- Bernal-Ruiz, Z. (2010). Cómo desarrollar productos turísticos competitivos. Manual para emprendedores, pequeños empresarios y responsables de la administración turística. México. Descargado de: <https://www.academia.edu/25549858>
- Delegación del Mintur Holguín (2019). Informe resumen de balance anual del trabajo del turismo en 2019. Cuba
- Fernández-García, Y. (2009). Propuesta de perfiles para el segmento de mercado alemán que visita el destino Holguín. Trabajo de Diploma en opción al título de Licenciada en Turismo. Universidad de Holguín. Cuba.
- Font, M. (2010) Metodología para el diseño de productos turísticos como alternativa de desarrollo local. Municipio Martí. Tesis presentada en opción al título de Máster en Gestión Turística. Universidad de Matanzas (U.M.C.C). Cuba.
- Gaceta Oficial de la República de Cuba (10 de abril de 2019) Constitución de la República de Cuba. Periódico Granma. Descargado de: <http://www.granma.cu/file/pdf/gaceta/Nueva%20Constituci%C3%B3n%20240%20KB-1.pdf>
- González-Sainz, Y. (2012). Propuesta de diseño del producto turístico Centro Recreativo Cultural El Molino Rojo en Gibara. Trabajo de Diploma en opción al título de Licenciada en Turismo, Universidad de Holguín. Cuba
- Juárez, G. (2013). Revisión del concepto de desarrollo local desde una perspectiva territorial. Revista Líder, Vol. 23, Diciembre, 9-28.
- Machado, E. – Hernández, Y. (2007). Procedimiento para el diseño de un producto turístico integrado en Cuba. Descargado de: <http://www.teoriaypraxis.uqroo.mx/doctos/Numero4/htm>. Universidad Central de Las Villas. Cuba
- Ministerio de Turismo-CITMA-Ministerio de la Agricultura. (1999). Resolución Conjunta No. 1-99. Cuba.
- Noa G. y Gascón G., 2019. Los productos agro-turísticos como una iniciativa de desarrollo local en Cuba. Revista Universidad&Ciencia. Vol. 8, No. 3. Agosto-noviembre, 2019. ISSN: 2227-2690 RNPS: 2450. Descargado de: <http://revistas.unica.cu/uciencia>

- Noda-Hernández, M. E. (2004). Modelo y Procedimiento para la medición y mejora de la satisfacción del cliente en entidades turísticas. Tesis en opción al grado científico de Doctor en Ciencias Técnicas. Universidad Central de Las Villas Martha Abreu. Villa Clara, Cuba.
- Organización de Naciones Unidas (2012). Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo Sostenible. UNEP, Río de Janeiro. Recuperado de: https://rio20.un.org/sites/rio20.un.org/files/a-conf.216-l-1_spanish.pdf.pdf
- Organización Mundial del Turismo (2015). El turismo hacia el 2030. Panorama OMT del turismo internacional. Edición 2015. Recuperado de <http://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284416875>.
- Osorio, R., Espeitx, E, y Serrano, V R. (2015). Patrimonialización del queso añejo y Turismo Rural en Zacazonapan, Estado de México. Revista Turydes: Turismo y Desarrollo. No. 19. <http://www.eumed.net/rev/ turydes/ 19/ zacazonapan.html>.
- Partido Comunista de Cuba (2016). Actualización de los Lineamientos de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución para el período 2016-2021. Aprobados en el VII Congreso del Partido en abril del 2016 y por la Asamblea Nacional del Poder Popular en julio del 2016. La Habana, Cuba.
- Partido Comunista de Cuba. (2017). Documentos del 7mo. Congreso del Partido. La Habana, Cuba: Tabloides I y II. La Habana: UEB Gráfica Empresa de Periódicos.
- Pérez- Campdesuñer, R. (2006). Modelo y procedimiento para la gestión de la calidad del destino turístico holguinero. Tesis presentada en opción al grado científico de Doctor en Ciencias Técnicas. Universidad Central de Las Villas Martha Abreu. Villa Clara, Cuba.
- Pierre-Avoce, S. (2007). Análisis de factibilidad económica del proceso inversionista en el parque turístico Rio Canimar. Trabajo de Diploma de Licenciatura en Economía. Facultad de Industrial y Economía. Universidad de Matanzas. Cuba.
- Promperú. (2001). Productos turísticos sostenibles. Experiencias en el Perú, Lima: Comisión de promoción del Perú. Descargado de: <https://repositorio.promperu.gob.pe/handle/123456789/846>
- Rodríguez, G. (2019). El agroturismo, una visión desde el desarrollo sostenible. Revista Centro Agrícola. vol.46 no.1. Facultad de Humanidades, Universidad Central Marta Abreu de Las Villas, Carretera a Camajuaní km 5½, Santa Clara. Cuba.
- Secretaría de Turismo de México (SECTUR) (2002). ¿Cómo desarrollar productos competitivos? Manual para emprendedores, pequeños empresarios y responsables de la administración turística. 107 p. México.
- Secretaría de Turismo de México (SECTUR 2003). Guía muestra para la identificación y diseño de productos de turismo cultural de las ciudades mexicanas Patrimonio de la Humanidad: Guanajuato, Morelia, Querétaro y Zacatecas. Secretaría de Turismo del Gobierno Federal. Primera Edición. Descargado de: <https://cedocvirtual.sectur.gob.mx/janium/Documentos/99 05.pdf>