

Artículo de investigación científica y tecnológica


Cómo citar: Martín Zamora, Y., González Espino, Y., & Ramírez Frías, C. H. (2024). Gestión de productos turísticos patrimoniales: Experiencia de desarrollo local desde la Universidad de La Habana. *Estrategia y Gestión Universitaria*, 12(1), 1-12. <https://doi.org/10.5281/zenodo.11243792>

Recibido: 18/07/2023
Aceptado: 22/01/2024
Publicado: 24/05/2024


Autor para correspondencia:
yoannamartin14@gmail.com

Conflicto de intereses: los autores declaran no tener ningún conflicto de intereses, que puedan haber influido en los resultados obtenidos o las interpretaciones propuestas.


Yoanna Martín Zamora ¹

Universidad de La Habana
<https://orcid.org/0009-0009-2080-9425> 
yoannamartin14@gmail.com
Cuba

Yaneisy González Espino ²

Universidad de La Habana
<https://orcid.org/0000-0002-3295-6627> 
yaneisy@cepes.uh.cu
Cuba

Clemente Hugo Ramírez Frías ²

Universidad de La Habana
<https://orcid.org/0000-0003-2133-3392> 
clemnhugo@gmail.com
Cuba

Gestión de productos turísticos patrimoniales: Experiencia de desarrollo local desde la Universidad de La Habana

Management of heritage tourism products: Local development experience at the University of Havana

Gestão de produtos turísticos patrimoniais: experiência de desenvolvimento local da Universidade de Havana

Resumen

Introducción: la puesta en valor del patrimonio local implica la creación de productos turísticos, donde los actores comunitarios tengan un papel fundamental en el desarrollo y creación de los mismos. **Objetivo:** mostrar una experiencia para la gestión de productos turísticos, a partir del patrimonio local. **Método:** el método básico utilizado fue el de investigación acción participativa sin obviar el uso de métodos teóricos como analítico sintético e histórico lógico, dentro de los métodos empíricos se utilizaron entrevistas y observaciones participantes en las localidades objeto de estudio. **Resultados:** concebida desde la Universidad de La Habana tuvo como antecedentes estudios realizados en la Facultad de Turismo lo que ha permitido a la facultad ser facilitadora de opciones que ponen en valor los recursos locales. La contribución a la práctica, desde una concepción pedagógica asumida, que posibilita una educación activa al propiciar una mayor participación y actuación de los estudiantes; así como materializarla protagónicamente a través de la extensión universitaria, al gestionar los productos turísticos y revelar la puesta en valor del patrimonio cultural local en varias comunidades y municipios habaneros. **Conclusión:** estos productos fueron presentados a actores comunitarios locales, con diferentes modalidades, que incluyeron desde conferencias y presentaciones, hasta recorridos en diversos sitios representativos para la comunidad.

Palabras clave: patrimonio, desarrollo local, productos turísticos, universidad, gestión

Abstract

Introduction: the enhancement of local heritage involves the creation of tourism products, where community actors have a fundamental role in their development and creation. **Objective:** to develop an experience for tourist products considering the local heritage.



Method: the basic method used was participatory action research as well as theoretical methods such as synthetic and historical-logical analysis. Within the empirical methods, interviews and observations were used in the locations under study. **Results:** as it was conceived at the University of Havana, a background revision was carried out in the Faculty of Tourism which allowed the faculty to be facilitator of options that give significance to local resources. The contribution to the practice from a pedagogical point of view, enabled an active education by encouraging greater participation and action of students; as well as materializing it through university extension, by managing tourism products and disclose local cultural heritage in various Havana communities and municipalities. **Conclusion:** these products were presented to local community actors with different modalities ranging from lectures and presentations to tours in various representative sites for the community.

Keywords: heritage, local development, tourism products, university, management

Resumo

Introdução: a valorização do património local implica a criação de produtos turísticos, onde os atores comunitários têm um papel fundamental no seu desenvolvimento e criação. **Objetivo:** mostrar uma experiência de gestão de produtos turísticos, baseada no património local. **Método:** o método básico utilizado foi a pesquisa-ação participativa sem desconsiderar o uso de métodos teóricos como o analítico sintético e o histórico lógico; dentro dos métodos empíricos, foram utilizadas entrevistas e observações participantes nas localidades em estudo. **Resultados:** concebido a partir da Universidade de Havana, teve como pano de fundo os estudos realizados na Faculdade de Turismo, o que permitiu à faculdade ser um facilitador de opções que valorizam os recursos locais. A contribuição para a prática, a partir de uma concepção pedagógica assumida, que possibilita uma educação ativa ao promover maior participação e desempenho dos alunos; bem como materializá-lo num protagonismo através da extensão universitária, gerindo produtos turísticos e revelando a valorização do património cultural local em diversas comunidades e municípios de Havana. **Conclusão:** esses produtos foram apresentados aos atores comunitários locais, com diversas modalidades, que incluíram desde conferências e apresentações até passeios em diversos locais representativos da comunidade.

Palavras-chave: património, desenvolvimento local, produtos turísticos, universidade, gestão

Introducción

Teniendo en cuenta que la gestión en las universidades implicó el mejoramiento de la calidad de vida de los estudiantes y de la sociedad en general, específicamente desde el desarrollo local, había resultado inminente la implementación de nuevos modos de actuación y maneras de hacer, como elementos fundamentales (Lak et al., 2020; Katelieva & Muhar, 2022; Esichaikul & Chansawang, 2022; Román Santana et al., 2023; Rodríguez Torres et al., 2023). Esto ha implicado asumir una gestión basada en la ciencia y la tecnología, que como planteó Núñez (2019) para solucionar estos problemas, “presupondría de inmediato una democratización de la tecno-ciencia, (...) desde una participación formada e informada, toda vez que el desarrollo científico y tecnológico estaría subvirtiendo el mundo espiritual y material del ser humano al formar parte de la cultura.”

En este sentido, habría sido relevante la importancia que se le concede hoy desde la sociedad al papel que juegan los actores comunitarios locales, esto queda expresado en 14 Lineamientos de la Política económica y social del Estado cubano que ha sido referida al desarrollo local a partir del turismo. Esto demostró el papel activo que deben tener las comunidades en la toma de decisiones en cuanto a su desarrollo, a partir de la puesta en valor de todas sus potencialidades económicas, sociales y culturales.

Esto ha permitido en consecuencia, la vinculación de los estudiantes de la Facultad de Turismo en proyectos sociales y comunitarios que se desarrollan en la capital constituyendo una vía preferencial para poner en valor el conocimiento científico, histórico y cultural en las diferentes comunidades y sitios, desde una óptica de ciencia, tecnología e innovación. Específicamente, en la Facultad de Turismo de la Universidad de La Habana, se llevó a cabo una experiencia para la gestión de productos turísticos, a partir del patrimonio local en diferentes municipios habaneros que incluyen espacios urbanos que poseen un rico patrimonio cultural material e inmaterial dentro de los que se distinguen Cerro, Plaza y Playa de manera especial.

La visión 2030 del turismo cubano ha precisado una vuelta hacia lo local. Asimismo, se consideró el territorio no solo como el lugar en el que se asienta la oferta, sino como el sitio que generará, a partir de la construcción de imágenes e identidades distintivas, productos locales que permitan el aprovechamiento general de sus recursos endógenos. Además, de que se favorecería la diversificación de las capacidades productivas, constituyan una nueva perspectiva para el turismo (Echarri et al., 2018).

Desde este punto de vista, (Escalada et al., 2022) ha aseverado que “La comunidad local será la primera destinataria de los beneficios que el turismo genera, de forma directa o indirecta y también recibirá los impactos negativos que se derivan del desarrollo turístico.” En la Facultad de Turismo se realizó una experiencia, desde la extensión universitaria, consistente en el desarrollo de recorridos guiados por diferentes barrios habaneros, a partir de resaltar los atractivos locales y con la participación de sus pobladores para poner en valor su patrimonio cultural, lo cual contribuye al desarrollo local.

Para Núñez (2010) en Cuba el desarrollo local no ha sido prioritario en

décadas anteriores afirmó así mismo que “se obvia que lo local es el espacio real donde viven las personas y una fuente formidable de iniciativas productivas y sociales. Sin embargo, hay razones poderosas para fortalecer el vínculo educación superior desarrollo local.” Dentro de las razones más importantes que señaló el autor cabe mencionar la necesidad de utilizar el potencial humano, de conocimientos e innovación a favor del desarrollo local y de la disponibilidad importante de las capacidades que dispone la educación superior.

Este análisis permitió apoyar, que, desde los diferentes procesos sustantivos en la universidad, en específico la extensión, se podría sensibilizar e incentivar en los actores comunitarios y estudiantes, desde la proyección local la innovación, fomentando desde lo territorial el desarrollo económico y a su vez el aumento del nivel de vida de sus pobladores. Asimismo, la presencia de los estudiantes universitarios en los territorios favoreció el desarrollo de la cultura, a través procesos educativos capaces de difundir conocimientos, hacer públicos sus resultados, desarrollando opiniones y puntos de vista, y transmitiendo valores importantes para los profesionales del turismo, expresados en el decálogo de valores compartidos de la Facultad de Turismo; en el caso que se presenta expresados a través de su accionar en las comunidades locales.

Concebida con estudiantes de segundo año, como ejecutores, en vínculo con los actores de diferentes comunidades habaneras a partir de su inserción en ellas para el diseño de productos turísticos desde la puesta en valor del patrimonio cultural. Este proceso, debe llevar consultas con los actores comunitarios, con el fin de ser avalado y consensado. En el mismo es fundamental la participación activa de las autoridades municipales, guías locales; así como la comunidad en general (Arias-Hidalgo y Morant-González, 2020).

Es por ello, que la selección de las comunidades a trabajar tuvo como criterio principal el interés de los gestores municipales de cultura y turismo para poner en valor sus atractivos y recursos con el fin de desarrollar productos turísticos. De esta manera, se inventariaron y diseñaron, como parte del proyecto, productos turísticos en los municipios habaneros de Playa, Cerro, 10 de octubre, Plaza de La Revolución, Habana Vieja y Guanabacoa. En este sentido, la investigación actual tiene como objetivo general mostrar los resultados de la implementación de una experiencia para la gestión de productos turísticos a partir del patrimonio local, desde la Universidad de La Habana.

Materiales y métodos

El diseño de la experiencia titulada “Por los caminos de la historia y la cultura local” tuvo en cuenta la importancia de que los proyectos locales tengan cada vez mayor impacto a la vez de integrar y dar respuesta a las necesidades de los municipios. Uno de los aspectos más importantes señaló la prioridad de: “fortalecer el papel de la ciencia y la innovación en la búsqueda de soluciones creativas a problemas que surgen en el proceso de desarrollo económico y social del país, tanto en la producción de bienes y servicios, como en los ámbitos de la administración pública, las actividades de CTI, la educación, la cultura, u otros” (Díaz-Canel, 2022).

Para desarrollar los componentes del diseño de la experiencia para la gestión

de productos turísticos, se tuvo en cuenta los aportes de (Castro, 2001). Se tomó como base el ciclo de innovación-generación del conocimiento en la empresa. Fue adaptado a la experiencia desarrollada desde la Facultad de Turismo por los estudiantes de segundo año del Curso Regular Diurno, como parte de su proyecto educativo dentro del proceso sustantivo de Extensión Universitaria.

La concepción pedagógica asumida posibilitó una educación activa que propició una mayor participación y actuación de los estudiantes, desarrollando a la vez competencias que le permitieron asumir responsabilidades y potenciar la creatividad, (Pérez Martínez y Carballo Ramos, 2018) El resultado de la experiencia consistió en la presentación y guiaje de una Ruta cultural en el sitio elegido de conjunto por los estudiantes y pobladores locales. A partir de aquí se pudo socializar de manera más efectiva el conocimiento y permitió la búsqueda y profundización de la información obtenida para el rediseño del recorrido presentado o la creación de otros nuevos.

Metodología propuesta para el diseño de productos turísticos a partir del patrimonio local

Para el desarrollo de la investigación se utilizó la metodología investigación acción participativa. (Castellanos, 1996), citada por Pérez-Inzaga et al. (2021), que refirió como ventaja de este método para el trabajo comunitario:

“... es el proceso creador mediante el cual los miembros de un grupo o comunidad intervienen, como protagonistas, en la producción del conocimiento para transformarse a sí mismos y a su propia realidad, teniendo lugar una unidad orgánica entre la construcción del saber, el cambio de la realidad y la educación de las personas comprometidas.” (p.2).

Dentro de los métodos y técnicas de investigación se emplearon desde el punto de vista teórico:

- Análisis documental para el análisis e interpretación de documentos oficiales y metodológicos, que regulan el proceso de interpretación y el estudio del marco normativo y regulatorio para la puesta en valor del patrimonio local.
- Encuesta se aplicó para conocer los principales recursos y atractivos de los barrios seleccionados y la percepción que de ellos tenían sus pobladores, en este caso de la provincia de La Habana.
- Entrevista del tipo semiestructurada a los líderes y funcionarios de cultura de las localidades.
- Observación para la recolección de datos con la confección de las fichas de inventario. En este caso se utilizaron las propuestas por el Plan Maestro de la Oficina del Historiador de La Habana.

Dentro de los métodos empíricos se utilizaron los siguientes:

- Taller de presentación de los productos diseñados: para este caso se empleó el taller de elaboración cooperada. Estos posibilitan según (Villegas, 2001), citado por (Pérez-Inzaga et al., 2021).

- Socializar las opiniones a través de un clima de libertad entre los actores comunitarios y estudiantes.

- Favorecer la comunicación afectiva.

- Propiciar el diálogo y la confrontación de experiencias desde cada uno de los actores implicados en el diseño del producto.

- Crear ambientes favorables para el aprendizaje y “el aprender a aprender” como condición para el cambio interno, motivar y desarrollar capacidades personales que garanticen el intercambio de saberes.

- Posibilitar el desarrollo de un asesoramiento por los distintos actores participantes hacia el resto de los compañeros, caracterizado por el trabajo cooperado.

- Producir soluciones y propuestas efectivas y creativas mediante un uso adecuado de la crítica y las experiencias colectivas.

-Observación participante permitió una interacción entre la investigadora, estudiantes y actores comunitarios, participantes en los talleres, lo que permitió el diseño de productos de manera adecuada y de consenso con los pobladores y líderes locales. Dentro de los aspectos fundamentales, estuvo el registro de las opiniones, reflexiones y diferentes propuestas sobre los diferentes recursos y atractivos a incluir dentro de los recorridos, así como los elementos del patrimonio intangible susceptibles de interpretar.

Teniendo en cuenta los aportes de (Ramírez, 2019) y (Martín, 2010) se propone la metodología para el diseño y puesta en valor de productos turísticos locales, dividida en cinco etapas, con sus fases y pasos. Su realización se concibe a partir del espacio de extensión universitaria y que tendrá implícito, por consiguiente, no solo un aporte a la práctica, sino además la formación de la competencia cultural en estudiantes de turismo. De acuerdo con lo anterior, se presentan las etapas, con una serie de pasos:

Etapa 1: Percepción de los atractivos patrimoniales por los actores comunitarios: se realizan encuentros y entrevistas con representantes y actores locales, que evaluarán la posibilidad de la creación del producto turístico, partiendo de los impactos que el turismo local puede traer a la localidad. Si el producto propuesto no fuera aceptado por los pobladores se prescindirá del mismo y se elaborará una nueva propuesta (Ramírez, 2019). Se procederá a identificar un equipo de trabajo con diferentes actores representados (sociales, culturales, económicos, públicos y privados). Es importante la colaboración de los líderes comunitarios, autoridades de cultura y los gobiernos locales.

Etapa 2: Selección del Sitio patrimonial: se realiza el inventario de recursos y atractivos de la localidad elegida para el desarrollo del nuevo producto patrimonial. Se propone el uso de fichas de inventario de recursos y atractivos y además la investigación profunda de los elementos del patrimonio cultural inmaterial, así como la evaluación.

Etapa 3: Definición de la propuesta de producto patrimonial local: utilizar la metodología de (Martín, 2010), que parte de la concepción holística del producto

turístico desde su puesta en valor hasta la participación de los actores comunitarios. Para ello se tendrán en cuenta tres fases fundamentales consistentes en la planificación, creación de la idea central y comercialización del producto e implementación dentro de las que se destacan diferentes etapas que propiciarán una adecuada puesta en valor del mismo y que en esencia se pueden resumir de la siguiente manera:

Fase 1: Planificación

A partir de la elaboración del inventario turístico y la evaluación se definirán recursos y atractivos según la clasificación de (Martín, 2010), a partir de la Organización Mundial del Turismo, que define diferentes atractivos entre los que se señalan: atractivos naturales, culturales; así como la valoración de recursos y atractivos, en este caso locales respondiendo a su calidad, accesibilidad, seguridad y posibilidad de uso turístico.

Esta evaluación se realizará completando tablas que permiten evaluar los recursos y atractivos entre 0 y 10 puntos correspondiendo la calificación más alta con las mayores posibilidades para su puesta en valor.

Fase 2: Creación de la idea central: conceptualización del producto. Se divide en siete pasos siguiendo la sugerencia de Ramírez (2019) y que coincide con Echarri (2021) que comprende la generación de ideas, a partir del aporte de los pobladores locales sobre las actividades turísticas que pueden ser desarrollada Perelló (2010). La selección de ideas posibilita al equipo elegir las mejores ideas según los criterios de viabilidad (social, ambiental, cultural y económica) proponiendo tres modalidades y tres actividades, pero podrían surgir más a partir del intercambio con los actores comunitarios.

- A partir de aquí los pobladores y actores comunitarios unidos a los estudiantes definen en el contexto las actividades a desarrollar como parte del producto, definiendo su tipo según actividades y modalidades.
- Determinar ventaja competitiva: los estudiantes ayudan a los actores comunitarios y sus líderes para poder diferenciar el producto propuesto de otros similares.
- Identificación y selección de elementos necesarios para el desarrollo del producto, incluyendo el capital humano (en este caso los estudiantes guiarán los primeros recorridos toda vez que apoyan la formación de guías locales), los recursos materiales, económicos, normativos, entre otros en coordinación con las autoridades locales.

Fase 3: Implementación

Etapas 4: Identificación y Análisis de la demanda: el objetivo es identificar y analizar la posible demanda que pueda consumir el producto turístico. Debe realizarse un estudio de mercado Perelló (2010), se debe realizar un análisis de la información referente a las tendencias actuales de los principales mercados emisores, su comportamiento, motivaciones, entre otros Martín (2010).

La propuesta de comercialización permite elegir los posibles canales de distribución del producto. Se debe establecer la propuesta de marca o slogan que

identifique al producto para su comercialización Kotler (1996). El precio se fijará de manera hipotética por tratarse de un ejercicio de clases teniendo en cuenta la factibilidad económica Zamora (2014). Para ello, se tomará en cuenta el breve estudio de mercado, que previamente debería realizarse, este será estimado para su propuesta futura.

La propuesta de diseño de circuito turístico incluye todos los atributos que este producto turístico debe tener, partiendo de los cuatro pilares del marketing Kotler (1996): el producto, el precio, la promoción y la distribución. El diseño del producto incluirá la propuesta de itinerario y además la propuesta interpretativa con la presentación del inventario de recursos y atractivos del patrimonio cultural local de la comunidad estudiada.

Etapas 5: Tiene dos fases importantes: La prueba o test de mercado Martín (2010) y la puesta en marcha del producto a través de los actores comunitarios y estudiantes.

Fase 1. Prueba de Mercado: que consiste en ajustar los itinerarios, reconsiderando la duración de las actividades en este sentido y a diferencia de propuestas anteriores. Por tratarse, como se ha mencionado de una actividad práctica, tendrá un sentido social y comunitario, por lo que se realizará el recorrido con los habitantes de la comunidad, ya que de inicio ellos serán los principales beneficiarios, aunque una vez puesto en valor se puede incluir dentro de las propuestas de turismo local en agencias de viajes que oferten circuitos de este tipo.

Fase 2: Implementación y evaluación de la propuesta: concluye la puesta en valor y presentación del producto turístico y permite evaluar los resultados de la actividad, que consistirá en la presentación de un conjunto de visitas guiadas que incluyan además servicios y otros beneficios que favorezcan de una experiencia turística completa (Tian Cole & Scott, 2004).

Asimismo, es importante el control constante de cada una de las actividades con el objetivo de mejorar y rediseñar durante el proceso, a partir de la revisión de cada una de las etapas, y las fases con los pasos, para rediseñar y mejorar el producto para lograr una mayor experiencia turística por parte de los clientes. Además, su enriquecimiento a partir de las experiencias de la comunidad portadora y el patrimonio local. Esta etapa, contribuye al proceso académico porque permite la consolidación del conocimiento y la vinculación del resultado del trabajo con otras asignaturas de la carrera, lo que permitirá evaluar la formación de la competencia cultural en una dimensión más amplia.

Resultados y discusión

El diseño de la experiencia se realizó a partir de algunos aspectos fundamentales, que incluyeron la promoción y difusión de los productos turísticos diseñados. Estos fueron presentados a las autoridades municipales, eventos de cultura e instituciones culturales; así como la realización de recorridos guiados por los estudiantes, junto a pobladores locales y se llevó la propuesta a diferentes escenarios como la Oficina del Historiador de La Habana.

La evaluación y mejora continua se realizó a través de talleres e

intercambios con los actores comunitarios y en discusiones y equipos de trabajo donde participaron otros actores como algunos profesores de la Facultad de Turismo y profesionales del sector. Resulta necesario tener en cuenta para la proyección futura la realización de un estudio de impactos sobre todo económicos y sociales de la propuesta aspecto aún pendiente, debido a lo novedoso de la experiencia y su implementación desde las comunidades.

El diseño e implementación de la experiencia permitió la integración desde la gestión universitaria de la docencia, la investigación y la extensión universitaria, sobre todo el de este último al facilitar la mejor interpretación del patrimonio cultural local para su puesta en valor turístico. Lo que además propició la formación de la competencia cultural a través del guiaje de diferentes recorridos patrimoniales desde las localidades e intercambio con los diferentes grupos portadores y actores locales.

La experiencia desarrollada permitió valorizar el patrimonio de las comunidades habaneras. A partir del diseño de productos turísticos de varias localidades, ubicadas en los municipios del Cerro, Diez de octubre. Esta se extendió a otros sitios de la geografía cubana como poblaciones de Artemisa, Mayabeque y Pinar del Río.

Se propició, además, la formación de la competencia cultural, lo que fue valorada como adecuada por los expertos, y se evidencia en los resultados alcanzados con el diseño de los productos turísticos patrimoniales presentado por los estudiantes, como se muestra en la tabla 1, a continuación:

Tabla 1

Ponderaciones de los expertos con respecto a la formación de la competencia cultural

Indicadores evaluados	E1	E2	E3	E4	E5	Rj.
Conocimiento e interpretación de la historia y tradiciones locales	1	2	3	2	3	11
Posición crítica respecto al material investigado	5	6	6	7	7	31
Emisión de Juicios de Valor	6	7	8	8	5	34
Demostración de empatía y comunicación	5	6	7	8	8	27
Aceptación de realizar tareas investigativas de carácter cultural	7	6	5	7	6	31
Capacidad de vincular contenidos de diferentes asignaturas	8	7	5	7	7	34
Realización independiente de tareas de aprendizaje	8	8	7	6	7	36
Trabajo con textos y materiales	4	5	4	4	5	22
Expresión oral y escrita coherente	6	5	4	6	4	25
Uso de las TIC	6	7	8	5	7	33

Fuente: Martín Zamora (2017).

Después de un estudio profundo acerca de parte de la información existente sobre la metodología para el diseño de productos turísticos patrimoniales, su puesta en valor y sus novedosos avances; así como entrevistas y revisiones de criterios de

un grupo de especialistas se elaboró una aproximación del objetivo y los actores de la experiencia presentada:

Objetivo general: Presentar productos turísticos para la potenciación del desarrollo local a partir del turismo.

Actores fundamentales son:

1. Desde la Universidad: Profesores y estudiantes.
2. Desde las comunidades: Estudiantes, profesores y actores comunitarios.

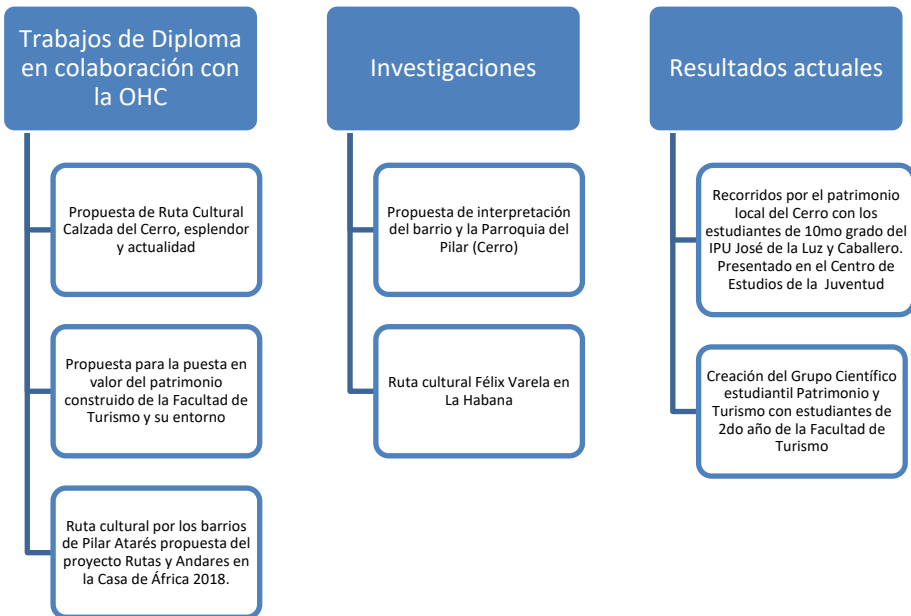
Análisis de los productos culturales

Este análisis permitió constatar la aplicación de los conocimientos de las diferentes asignaturas en el diseño de un producto cultural desde la localidad evidenciando la independencia cognoscitiva de los estudiantes en este sentido.

Se elaboraron 26 productos culturales locales. Los alumnos trabajaron en equipos de cuatro o cinco integrantes, de acuerdo a la composición de los grupos con temas relacionados con el patrimonio y la cultura local. Con estos productos culturales se hizo una selección y se comenzó el diseño de un Sitio Web para el intercambio de los estudiantes, que participaron en el experimento pedagógico y como memoria digital del mismo para extender sus resultados a otros cursos.

Figura 1

Principales resultados obtenidos a partir de la experiencia realizada



Fuente: Elaboración propia.

Resultados de la aplicación de encuestas para la validación del diseño de la alternativa didáctica

Luego de implementada la experiencia se sometió al criterio de nueve líderes comunitarios seleccionados, mediante una encuesta, teniendo en cuenta las cinco etapas determinadas para el diseño de los productos. De esta aplicación se obtuvieron los resultados en la tabla 2.

Tabla 2

Evaluación de cada etapa

Etapas	C-1 Muy adecuado	C-2 Bastante adecuado	C-3 Adecuado	C-4 Poco adecuado	C-5 No adecuado	Suma
1	5	4				9
2	3	3	2	1		9
3	5	3	1			9
4	9					9
5	9					9

Fuente: Elaboración propia.

Como se puede apreciar los líderes comunitarios encuestados calificaron en su gran mayoría de muy adecuado el trabajo de los estudiantes en cada una de las etapas, siendo muy significativo el gran consenso que existió en la evaluación de las etapas cuatro y cinco, donde los estudiantes debían presentar el producto diseñado a la comunidad. En este sentido, se hace necesario el reajuste de las primeras etapas, propiamente exploratorias, para lograr un máximo nivel de evaluación, aun cuando se logra un nivel de calificación adecuado.

Conclusiones

Se evidencia en esta experiencia, la importancia de la integración universidad-comunidad, al propiciar la visualización de las potencialidades del territorio como catalizador de nuevas formas de relaciones estructurales que tributan a una mejor gestión turística del municipio toda vez que favorece el desarrollo local en este ámbito.

La implementación de la experiencia, facilita desde la extensión universitaria, que los estudiantes gestionen los productos turísticos, al revalorizar el amplio patrimonio material e inmaterial de varias comunidades y municipios habaneros y establecen vínculos con los actores comunitarios locales.

Esta experiencia posibilita desde el proceso sustantivo de extensión universitaria la vinculación de los estudiantes con el patrimonio cultural local poco conocido y valorado incluso por los pobladores de las comunidades objeto de estudio, por lo que puede evaluarse como positivo el impacto de la experiencia para potenciar procesos identitarios que además tuvieron como valor añadido el desarrollo de productos turísticos patrimoniales que podrán favorecer el desarrollo local.

Esta experiencia pedagógica se limita solamente a los municipios habaneros del Playa, Cerro, 10 de octubre, Plaza de La Revolución, Habana Vieja y Guanabacoa y algunas localidades de Pinar del Río y Mayabeque, lo que se considera una limitante dentro de su estudio y se sugiere podría extenderse a otros municipios y provincias del país evaluando además los impactos en el desarrollo local.

Referencias

- Alfonso-Escudero, G. A. (2019). Los eventos distintivos en grandes destinos del turismo cultural. El caso del año greco en Toledo (España). *Cuadernos de Turismo*, 44, 129-164. <http://dx.doi.org/10.6018/turismo.44.404791>
- Arias-Hidalgo, A., & Morant-González, M. (2020). Patrimonio cultural inmaterial indígena: análisis de las potencialidades turísticas de los simbolismos del cacao del pueblo Bribri. *Cuadernos de Turismo*, 46, 505-530. <https://doi.org/10.6018/turismo.451941>
- Camaño-Franco, I., & Andrade-Suárez, M. (2020). El turismo marinerero como opción de desarrollo local sostenible a partir del empoderamiento femenino. *Cuadernos de Turismo*, 46, 459-487. <https://doi.org/10.6018/turismo.451921>
- Castro, D. B. (2001). *La gestión del conocimiento y la innovación en la empresa*. Instituto cubano del libro.
- Colectivo de autores, C. d. (2021). *Ciencia e innovación: desafíos a la multidisciplinariedad ante la COVID 19. Gestión del conocimiento y alianzas estratégicas en la Universidad de La Habana*. Editorial UH.
- Díaz-Canel Bermúdez, M. (2022). Gestión de Gobierno basada en ciencia e innovación: avances y desafíos. *En Academia de Ciencias de Cuba*, 12(2), e1235. <http://revistaccuba.cu/index.php/revacc/article/view/1235>
- Echarri, C. M. (2021). The resident population's perception of tourism in the Historic Center of Havana (Cuba). *Revista Análisis Turístico*, 28(2). <https://doi.org/10.53596/jta.v2i28.318>
- Echarri, C. M., Salinas, C. E., & Robert Beatón, M. (2018). *Turismo para el desarrollo local. Experiencias de investigación desde la Facultad de Turismo*. En J., Núñez, *Desarrollo local y Educación Superior. Experiencias desde la Universidad de La Habana*. Editorial UH.
- Escalada-García, O., Falcón-Rodríguez, M. C., Brito-Betancourt, G. C., & Rojas-Román, Y. (2022). La Universidad ante los retos del desarrollo local y turístico en Cuba. *Estrategia y Gestión Universitaria*, 137-144. <https://revistas.unica.cu/index.php/regu/article/view/2267>
- Esichaikul, R., & Chansawang, R. (2022). Community participation in heritage tourism management of Sukhothai historical park. *International Journal of Tourism Cities*, 8(4), 897-911. <https://doi.org/10.1108/IJTC-03-2021-0035>
- González-Domínguez, I., & Pastor-Alfonso, A. (2022). Gestión del turismo rural comunitario en el centro de México: una mirada desde la teoría del empoderamiento. *Cuadernos de Turismo*, 50, 71-96. <https://doi.org/10.6018/turismo.541871>
- Kateliava, M., & Muhar, A. (2022). Heritage tourism products based on traditional nature-related knowledge: assessment of cultural, social, and environmental

- factors in cases from rural Austria. *Journal of Heritage Tourism*, 17(6), 631-647. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2022.2098040>
- Kotler, P., & Armstrong, G. (1996). *Principles of Marketing*. 7th Edition, Prentice-Hall, Englewood Cliffs.
- Lak, A., Gheitasi, M., & Timothy, D. J. (2020). Urban regeneration through heritage tourism: cultural policies and strategic management. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 18(4), 386-403. <https://doi.org/10.1080/14766825.2019.1668002>
- Martín, F. R. (2010). *Principios de organización y práctica del turismo*. Editorial Félix Varela.
- Martín-Roda, E. M., & Fernández-Portela, J. (2023). La recuperación del patrimonio industrial y natural como recurso para el desarrollo turístico en el entorno inmediato al Canal de Castilla. *Cuadernos de Turismo*, 51, 255-279. <https://doi.org/10.6018/turismo.571621>
- Núñez, J. J. (2010). *Universidad y desarrollo local*. Editorial UH.
- Núñez, J. J. (2019). *Universidad, conocimiento y desarrollo: nuevas encrucijadas. Una lectura desde CTS*. Editorial UH.
- Pauta-Chicaiza, C., & Nasimba-Suntaxi, C. (2023). Desarrollo de productos turísticos como gestión del emprendimiento en épocas de incertidumbre parroquia La Victoria. *Revista Publicando*, 10 (39), 64-93. <https://doi.org/10.51528/rp.vol10.id2385>
- Perelló, J. L. (2010). *Introducción a la investigación de mercados turísticos*. Universidad de La Habana.
- Pérez-Inzaga, M. L., Fleitas-Díaz, I. M., & Cañizares-Hernández, M. (2021). Alternativa metodológica dirigida al tratamiento de la concentración de la atención, como vía para el perfeccionamiento de la técnica corporal en la Gimnasia Rítmica. *Arrancada*, 177-195. <https://revistarrancada.cujae.edu.cu/index.php/arrancada/article/view/362>
- Ramírez-Hernández, O. I. (2019). Propuesta metodológica para la generación de productos turísticos a partir de la comunidad local. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 9(17) 127-143. <https://doi.org/10.17163/ret.n17.2019.08>
- Rodríguez Torres, E., Pérez Gamboa, A. J., & Camejo Pérez, Y. (2023). La formación del liderazgo distribuido en la intervención a favor del patrimonio cultural. *Transformación*, 19(2), 317-336. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2077-29552023000200317&lng=es&tlng=en
- Román Santana, W. M., López, L. del C., y Román Acosta, D. (2023). Potencialidades de América Latina en el sector turístico. *Negonotas Docentes*, (21), 57-69. <https://revistas.cun.edu.co/index.php/negonotas/article/view/950>

Tian-Cole S., & Scott, D. (2004). Examining the Mediating Role of Experience Quality in a Model of Tourist Experiences. *Revista de marketing de viajes y turismo*, 16, 79-90. http://dx.doi.org/10.1300/J073v16n01_08

Zamora, T. D. (2014). *Dirección y Evaluación de proyectos turísticos*. Editorial Félix Varela.

Sobre el autor principal

Yoanna Martín Zamora, profesora durante 15 años de la Facultad de Turismo de La Universidad de La Habana. Ha realizado múltiples investigaciones y estudios y publicaciones acerca del patrimonio cultural y el turismo. Es profesora auxiliar, profesora principal de la asignatura Patrimonio cultural de Cuba y jefa de la Disciplina de Recursos Turísticos en la Facultad de Turismo. Máster en Educación Superior con investigación acerca de la enseñanza de la Historia local en la Universidad Politécnica José Antonio Echevarría (CUJAE). Es miembro de la red de Desarrollo Local de La Universidad de La Habana.

Declaración de responsabilidad autoral

Yoanna Martín Zamora 1: Conceptualización, Curación de datos, Análisis formal, Investigación, Metodología, Recursos, software, Supervisión, Validación/ Verificación, Visualización, Redacción/ borrador original, y Redacción, revisión y edición.

Yaneisy González Espino 2: Supervisión, Validación/ Verificación, Visualización, Redacción/ borrador original, y Redacción, revisión y edición.

Clemente Hugo Ramírez Frías 3: Metodología, Recursos, software, Supervisión, Validación/ Verificación, Visualización, Redacción/ borrador original, y Redacción, revisión y edición.

Financiación

Esta investigación se llevó a cabo mediante recursos propios.