



Turismo en Jiguaní: una apuesta del futuro

Tourism in Jiguani: a bet for the future

Mara Maité Expronceda Vázquez ^{1*} Rosa Palao Fuentes ² Luis Angel García Arévalo ³

Katia Zucel Coronado Provance ⁴ Nolberto Cruz Aguilera ⁵

Resumen

El turismo es uno de los sectores que más ingresos genera, convirtiéndose para muchas localidades en motor de desarrollo, por su contribución a la economía y por la facilidad que ofrece de adaptarse a las condiciones de cada territorio. En este contexto cobra gran relevancia la planificación turística como herramienta fundamental para alcanzar el éxito en el desarrollo, gestión y manejo de la actividad. El municipio Jiguaní, ubicado en la provincia Granma es un pueblo rico en recursos naturales e histórico - culturales, los cuales no son aprovechados en la actividad turística. Por ello el objetivo de esta investigación fue evaluar los recursos que tiene este municipio para la implementación del turismo como una apuesta del futuro, haciendo uso de una adecuada planificación turística. Para ello se seleccionó la metodología de Leyva (2016) cuya aplicación en dicho territorio resultó en la creación de una base teórica para impulsar futuros proyectos de desarrollo local asociados a esta zona. Se utilizaron métodos empíricos como: la observación y la revisión documental; y como teóricos: el histórico-lógico y el inductivo-deductivo. Como principal conclusión, se determinó que aunque esta localidad no cuenta con la infraestructura necesaria para el turismo, sí posee potencialidades para su desarrollo.

Abstract

Tourism is one of the sectors that generates the most income, becoming for many localities an engine of development, due to its contribution to the economy and the ease it offers to adapt to the conditions of each territory. In this context, tourism planning is of great relevance as a fundamental tool to achieve success in the development, management and management of the activity. The Jiguani municipality, located in the Granma province, is a town rich in natural and historical-cultural resources, which are not used in tourist activity. Therefore, the objective of this research was to evaluate the resources that this municipality has for the implementation of tourism as a bet for the future, making use of adequate tourism planning. For this, the methodology of Leyva (2016) was selected, whose application in said territory resulted in the creation of a theoretical basis to promote future local development projects associated with this area. Empirical methods were used such as: observation and documentary review; and as theoretical: the historical-logical and the inductive-deductive. As the main conclusion, it was determined that although this town does not have the necessary infrastructure for tourism, it does have potential for its development.

Palabras clave/Keywords

Cuba; potencialidades; planeación turística; desarrollo local/Cuba; potentialities; tourism planning; local development

*Dirección para correspondencia: mmev2326@gmail.com

Artículo recibido el 06 - 07 - 2021 Artículo aceptado el 09 - 11 - 2021 Artículo publicado el 30 - 12 - 2021

Conflicto de intereses no declarado.

Fundada 2016 Unidad de Cooperación Universitaria de la Universidad Técnica de Manabí, Ecuador.

¹ Universidad de Holguín, Sede Oscar Lucero Moya, Estudiante investigadora, Departamento de Turismo, Jiguaní, Granma, Cuba, mmev2326@gmail.com, 54231427, <https://orcid.org/0000-0002-1651-1185>

² Universidad de Holguín, Sede Oscar Lucero Moya, Máster en Gestión Turística, Profesora investigadora, Departamento de Turismo, Holguín, Cuba, rpalaof@uho.edu.cu, 55994826, <https://orcid.org/0000-0003-0179-1249>

³ Delegación Territorial del CITMA Granma, Licenciado en Geografía, Subdelegación de Medio Ambiente, Departamento de Recursos naturales, Bayamo, Granma, Cuba, luisogarciarevalo@gmail.com, 56194349, <https://orcid.org/0000-0002-3039-1749>

⁴ Universidad de Holguín, Sede Oscar Lucero Moya, Máster en Gestión Turística, Profesora investigadora, Departamento de Turismo, Holguín, Cuba, katiazucel@gmail.com, 54956732, <https://orcid.org/0000-0002-0916-4293>

⁵ Universidad de Holguín, Sede Oscar Lucero Moya, Máster en Gestión Turística, Profesor investigador, Departamento de Turismo, Holguín, Cuba, nolbert1309@gmail.com, 58024854, <https://orcid.org/0000-0003-1881-4953>

1. Introducción

El turismo se ha convertido en los últimos años en el sector económico con mayores tasas de crecimiento a nivel mundial. Constituye un importante agente dinamizador de la economía en los países que lo desarrollan, generador de ingresos y empleos, incidiendo positivamente tanto en las entidades vinculadas directamente a la actividad turística, como en el resto de los sectores y ramas de la economía que influyen de forma indirecta en esta y que son igualmente indispensables para su desarrollo.

Este hecho ha motivado tanto a las administraciones públicas como a los propios empresarios, a buscar y aplicar metodologías y herramientas de planificación turística, así como establecer indicadores que permitan tomar las mejores decisiones sobre las estrategias a seguir para hacer ese desarrollo sostenible y lograr así una adecuada gestión.

Varios de los autores consultados coinciden en señalar la necesidad de planificar la actividad turística ya que garantiza la correcta integración del turismo en la economía, sociedad, cultura y medio ambiente locales, así como la satisfacción de la demanda turística y con ello la viabilidad económica de los proyectos sobre turismo.

Desde un enfoque general, la planificación es comúnmente entendida como un proceso en que se definen metas y los medios necesarios para alcanzarlas. Según Hall & Page (2002), la planificación debería proveer la información necesaria para la toma de decisiones apropiadas, democráticas e informadas.

En la actividad turística, la planificación juega un papel sumamente relevante. “La planificación turística en diferentes escalas —internacional, nacional, regional, local y de sitio— es fundamental para alcanzar el éxito en el desarrollo, gestión y manejo de la actividad” (Organización Mundial de Turismo, 2004).

Porras (2009) considera que la planificación turística constituye un requerimiento esencial para el desarrollo de la actividad turística puesto que garantiza, por una parte, la correcta integración del turismo en la economía, sociedad, cultura y medio ambiente locales, y, por otra, la adecuada satisfacción de la demanda turística, elemento indispensable para la viabilidad económica de los proyectos sobre turismo en un mercado turístico de competencia creciente.

Para Luján (2013), la planificación tiene un papel importante dentro de cualquier actividad, planear algo antes de hacerlo es sin duda una opción para lograr el éxito. Esta idea toma más fuerza cuando se hace referencia a una actividad de tipo económico, ya que existe un número elevado de interdependencias de todos los elementos que forman parte de una actividad de ese tipo.

Según Tinajero (2014), Avila (2016), el programa de desarrollo turístico municipal es una importante herramienta para mejorar las condiciones económicas, conservar el patrimonio cultural y natural y fortalecer la actividad turística. Es el documento que sirve a los municipios como una guía para conocer el perfil del territorio y las características de la

comunidad local, a su vez establece por medio de la investigación de mercados, los nichos y modelos turísticos a desarrollar en un ambiente de sustentabilidad y sostenibilidad.

En conclusión, la planificación turística resulta esencial para garantizar el éxito de esta actividad en cualquier territorio y sus resultados se recogen en el plan de desarrollo turístico, documento que constituye la guía a seguir para llevar a cabo el avance del sector del turismo en una zona determinada. Debido a la importancia del mismo, varios autores han hecho propuestas de modelos de este tipo, tales como: Boullón (2006); Zamorano Casal (2008); García, Cardoso, & Amador (2015); Leyva (2016) y López (2019).

“La tendencia prevaleciente antes de la Covid-19 se orientaba hacia la búsqueda de más experiencias y mínimo impacto ecológico. Hoy esto se refuerza por los efectos psicológicos y prácticos de la pandemia” Medina (2020). El turista post Covid-19 será uno muy diferente al ya conocido, con una conciencia más arraigada que en el pasado, donde “sentirse seguro” será una prioridad. Es así que, los viajeros preferirán aquellos destinos que además de garantizar un entorno saludable, permitan disfrutar de actividades al aire libre, lejos de la aglomeración de personas.

La actividad turística en Cuba es considerada como el segundo rubro de la economía cubana, solo por detrás de la exportación de servicios profesionales; constituye aproximadamente el diez por ciento del Producto Interno Bruto (PIB) y genera alrededor de medio millón de empleos. Las cifras de arribos de turistas al país hasta el 2019 eran alentadoras, a pesar de reportarse una baja del 9.3 por ciento en el último año. Sin embargo, a esto se le sumaron los fatídicos impactos sociales y económicos que trajo consigo la expansión descontrolada a nivel global de la Covid-19.

La Oficina Nacional de Estadísticas e Información de Cuba (ONEI) anunció que, a causa de la pandemia, en comparación con 2019, Cuba dejó de recibir en 2020 el 76,4 por ciento de turistas extranjeros, cifra que equivale a 3 millones 189.638 turistas. La citada institución continúa explicando que en diciembre de 2020, cuando ya se permitía la visita de turistas a Cuba, solo se recibieron 64.929 visitantes, lo cual representa un 82.9 por ciento menos, en comparación con igual mes de 2019. (Telesur, 2021)

Cuba, con su clima tropical, sus playas de ensueño y majestuosos paisajes, se posiciona como uno de los destinos preferidos por los turistas en el área del Caribe, con una mezcla de atractivos, fundamentalmente de índole natural. Existen diversas zonas a lo largo de la geografía cubana en las que se explota la modalidad de turismo de naturaleza, destacándose: Valle de Viñales, Topes de Coyantes, Trinidad, Baracoa, etc. Suman más de una veintena los autores que han desarrollado proyectos referentes a la práctica del turismo de naturaleza y turismo rural en Cuba como una alternativa para el desarrollo de muchas localidades, tal es el caso de González (2012); González J. M., (2014); González D. G. (2016) y Pérez & Hernández (2018), por solo mencionar algunos. Aunque cabe destacar que,

siendo el desarrollo local un tema que suscita gran interés, sobre todo en la actualidad, sea también aplicado en otras áreas del Caribe, en las que existen posibilidades para el desarrollo de la actividad turística. Así lo demuestran en sus investigaciones Sánchez (2014) y Alvarado, Oddone, & Gil (2017).

Dentro de nuestro país, la provincia Granma es una de las más representativas en esta modalidad; y es que la región cuenta con el macizo montañoso más importante del país, el río más largo; llanuras y humedales, sistemas cavernarios, un jardín botánico y parques nacionales con reconocimiento internacional, además de la riqueza histórica y cultural de la que es testigo, condiciones favorables para el turismo.

Aunque Bayamo y Manzanillo son los municipios que ostentan mayor desarrollo turístico, existen otras localidades granmenses que poseen diversos atributos vírgenes o poco explotados. Tal es el caso del municipio Jiguaní, tierra que fascina por su singularidad y autoctonía. Según datos del archivo municipal, la Villa se fundó el 25 de enero de 1701 con el nombre de San Pablo de Jiguaní, lo que según historiadores de la región quiere decir “Arena de Oro” o “Río de Oro”. Caracterizada por un asentamiento de aborígenes nativos de la isla, que por los hallazgos arqueológicos se corresponden a comunidades subtainas y tainas, de cuya lengua proviene el nombre de dicho lugar.

Esta zona cuenta con recursos de un alto valor natural, histórico y cultural, sin embargo estos no son aprovechados en la actividad turística y hasta el momento no existen proyecciones para su aprovechamiento, ni estudios referentes a este tema.

Se plantea entonces como problema científico de esta investigación: ¿Cómo desarrollar el turismo en el municipio Jiguaní aprovechando las potencialidades que posee? Se propone como objetivo general: diseñar un Plan de Desarrollo Turístico que aproveche los recursos que tiene el municipio Jiguaní para la implementación del turismo como una apuesta del futuro. Para ello se empleó la metodología de Leyva (2016) cuya aplicación en esta localidad resultó en la creación de una base teórica para impulsar futuros proyectos de desarrollo local asociados a esta zona. Lo que determina que la hipótesis sea que al diseñar un Plan de Desarrollo Turístico basado en una adecuada valorización de los recursos que tiene el territorio se contribuirá al progreso de la actividad turística en la localidad. La investigación aporta, además de la propuesta de Plan de Desarrollo como herramienta para los gestores y actores del municipio y la provincia, una base teórica que contribuya a impulsar futuros proyectos de desarrollo local.

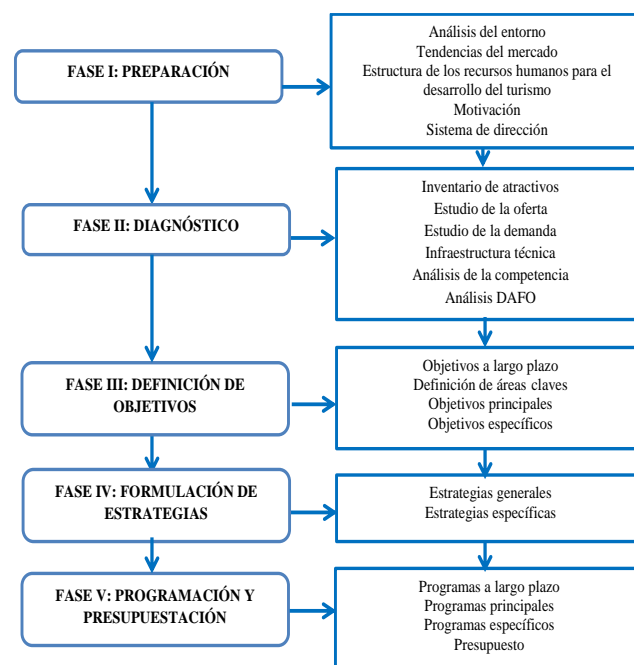
2. Materiales y Métodos

Para la presente investigación se utilizó la metodología propuesta por Leyva (2016) ya que el mismo “se enmarca específicamente en el contexto municipal cubano, proponiendo una guía para el desarrollo del turismo a ese nivel dirigido a las

autoridades locales, y a su vez contempla los elementos fundamentales de la planeación estratégica” Avila (2016). La misma consta de cinco etapas divididas con sus respectivas sub-etapas, las cuales quedan resumidas en la figura 1.

Figura 1

Etapas de la metodología de Leyva (2016)



Fuente: Elaboración propia

Para llevar a cabo la investigación se desarrollaron los pasos que establece la metodología y fueron empleados métodos, tanto teóricos como empíricos. Como métodos teóricos se utilizaron: el histórico-lógico para el estudio de la evolución del municipio Jiguaní a través del tiempo y el inductivo-deductivo, para diseñar el plan de desarrollo turístico, así como, interpretar y profundizar en todo lo relacionado con el desarrollo turístico a nivel local, sus principales impactos y la planificación turística, a partir de la información obtenida con los métodos empíricos, los cuales fueron: la observación, para la caracterización del municipio y sus potencialidades en pos del desarrollo turístico; y la revisión documental con el fin de identificar los principales elementos relacionados con el desarrollo turístico a nivel local, sus principales impactos y la planificación turística.

3. Resultados

El desarrollo de la fase de preparación arrojó los resultados siguientes:

- **Análisis del entorno**

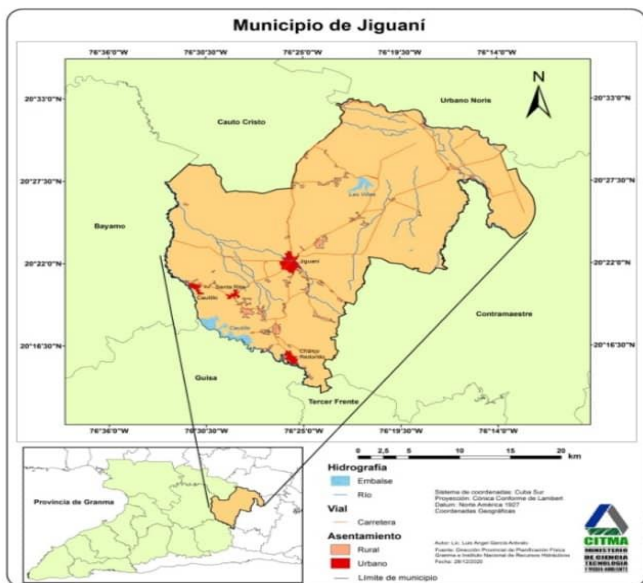
Turismo en Jiguaní: una apuesta del futuro

Expronceda Vázquez, Palao Fuentes, García Arévalo, Coronado Provanca, Cruz Aguilera



Entorno físico – ambiental: Según datos del Plan de Desarrollo Integral de Jiguaní (2020), el municipio tiene una extensión territorial de 630.2 km². Respecto al país, Jiguaní ocupa el lugar 70 en extensión territorial y el tercero en la provincia, representando el 7.3 % de la superficie total. Limita al norte con el municipio de Cauto Cristo y la provincia de Holguín; al sur con el municipio de Guisa y la provincia de Santiago de Cuba; al este con las provincias de Holguín y Santiago de Cuba y al oeste con el municipio de Bayamo (figura 2)

Figura 2
Mapa del municipio Jiguaní



Nota: Tomado de Plan de Desarrollo Integral de Jiguaní
Fuente: Lic. Luis Ángel García Arévalo (2020).

Las lluvias en este territorio se identifican en dos períodos: el húmedo, desde el mes de mayo hasta octubre y el seco que comprende los meses de noviembre hasta abril. El clima es de sabana antropizada, y las temperaturas oscilan entre los 32 y 35 grados Celsius.

En cuanto a las características geomorfológicas, existe un predominio de las llanuras y las elevaciones de poca altura, con pendientes que oscilan entre 0.2 y 1.0 %, destacándose la presencia de los suelos oscuros plásticos no gleyzados y los pardos con carbonatos. La loma del Fuerte en cuya cima está la fortaleza militar colonial del mismo nombre, ubicada al noreste del Centro Histórico de la Villa, constituye un ícono de la ciudad ya que se puede divisar casi desde cualquier punto de esta. Otras elevaciones importantes son la Loma del Yarey, Loma del Gato, Loma de Regajeros y Loma de Charco Redondo Arriba. Jiguaní se encuentra en la zona II-A de riesgo sísmico intermedio por lo

que en los diseños y cálculos de edificaciones se deben considerar las cargas de movimientos sísmicos (figura 3)

Figura 3
(a) Loma del Fuerte; (b) Fortaleza Militar Colonial “El Fuerte”



Los principales ríos son Cautillo, Jiguaní y Cauto, cuyas vertientes son hacia el sur y el Contramaestre que tiene su vertiente hacia el norte. La extensión cubierta de bosques es de 7 974.49 hectáreas (ha), alcanzando un índice de boscosidad de 12.6 ha. Esta superficie se encuentra fundamentalmente representada en las márgenes de los ríos y en la parte noreste y sur de la llanura donde se han creado las fincas forestales (23 en total), no así en la parte oeste donde la superficie boscosa es menor, producto del desarrollo de la actividad ganadera y agropecuaria.

Entorno socioeconómico: El territorio cuenta con una población de aproximadamente 61 015 habitantes, en las zonas urbanas residen un total de 33 921 (55.6%) personas, mientras que en las rurales habitan 27 094 (44.4%) (Plan de Desarrollo Integral de Jiguaní, 2020).

Jiguaní es un municipio eminentemente agrícola por lo que la economía del mismo tiene su base en la producción agropecuaria, en este renglón de la economía juegan un papel determinante la empresa de Cultivos Varios Cauto La Yaya, donde se producen gran parte de las viandas, hortalizas, y granos que se consumen en el territorio. (Ecured, 2019)

Dentro de la rama ganadera sobresalen la Empresa de Genética y Cría Manuel Fajardo donde la actividad fundamental es la producción de sementales de alto valor genético y comercialización de carnes y sus derivados, los cuales se venden a importantes polos turísticos de la provincia de Holguín y en Artemisa, a la zona de explotación industrial “El Mariel”; y la Empresa 14 de Junio, la que tiene como principal objetivo la producción de leche.

Se cuenta además con un total de 20 Cooperativas de Créditos y Servicios Fortalecidas (CCSF), 14 Unidades Básicas de Producción Cooperativa (UBPC), tres Cooperativas de

Turismo en Jiguaní: una apuesta del futuro

Expronceda Vázquez, Palao Fuentes, García Arévalo, Coronado Provanca, Cruz Aguilera

Producción Agropecuaria (CPA) y una Granja Urbana destinada a la producción de viandas y vegetales frescos a los diferentes grupos poblacionales.

Existen proyectos que han permitido estimular, incorporar y lograr mejor estabilidad de la fuerza laboral en el campo; recuperar y desarrollar las comunidades agrícolas; mejorar la producción, comercialización, capacitación de trabajadores y campesinos y lograr resultados superiores en la producción de alimentos que impactan en la calidad de vida de la población.

En el desarrollo de la ganadería, a través del uso de la energía renovable se han montado 53 paneles solares para contribuir al ahorro de las energías convencionales y a la sostenibilidad del medio ambiente; en el sector agropecuario están incidiendo un grupo de proyectos que contribuyen, con sus acciones y recursos, a disminuir y mitigar los efectos de la sequía, generalizando en las bases productivas las bondades de la ciencia y la técnica para alcanzar sostenibilidad en las producciones agropecuarias. Tal es el caso del proyecto AgroCadenas, Proyecto de Desarrollo Rural Cooperativo (PRODECOR) y otros como el PALMA, Más Alimento, Crédito Chino, los cuales ya culminaron y MUNDO BAT que apoya el desarrollo rural a través de la diversificación productiva y el fortalecimiento del sector cooperativo.

De las 13 granjas avícolas existentes en la provincia, cinco se encuentran en Jiguaní, más una planta de incubación, lo que indica el importante papel del municipio en la economía provincial.

La producción de áridos también está presente en la economía jiguanicera, siendo la planta “El Cacao” su principal productor y una de las mayores de la provincia. La informática y las comunicaciones, las confecciones textiles, la producción de asfalto, la extracción y procesamiento del mármol así como el cultivo y la elaboración de tabaco, son las principales fuentes de producción en este territorio. Eured (2019) Estas dos últimas se dedican fundamentalmente a abastecer al sector del turismo en la provincia.

• Tendencias del mercado

- Aceleración del uso de los medios digitales. Debido al largo confinamiento vivido en muchos países, las personas pasaron gran parte del tiempo utilizando su teléfono móvil, empleando plataformas como Facebook, Twitter e Instagram, siendo ahí, por tanto, donde se encontrarán a los clientes potenciales.

- Apuesta por un turismo cada vez más sustentable e inclusivo, en el que se aprovechen las potencialidades de cada zona cuidando del medio ambiente, la identidad y cultura local.

- Inclinación por aquellos destinos, que además de ofrecer un ambiente seguro permitan disfrutar de actividades al aire libre, posibilitando el desarrollo de modalidades como el turismo de naturaleza y el turismo rural.

- Creciente plan de modernización y actualización de la planta hotelera existente en el país.

• Estructura de los recursos humanos para el

desarrollo del turismo

La estructura que actualmente existe en el territorio no contempla ningún cargo o función específicamente vinculada al sector del turismo, por lo que para llevar a cabo el plan de desarrollo turístico se deberá hacer una adecuación que permita contar con personas que organicen y faciliten el proceso. El municipio no cuenta con suficientes especialistas en actividades turísticas de alojamiento, restauración, entre otras, por lo que será necesario preparar a más personal para desempeñar esta tarea.

En cambio, sí existen especialistas de otras ramas que se necesitan, como licenciados en idioma, derecho, estudios socioculturales, economía, geografía, historia, cultura física, médicos veterinarios e ingenieros industriales, agrónomos, mecánicos y civiles. Por lo que el equipo de trabajo estará conformado por un amplio número de especialistas, en las ramas que se requiera, con el objetivo de hacer el trabajo más dinámico y eficaz.

• Motivación

Para el proceso de motivación primeramente es necesario dar a conocer los múltiples beneficios que conlleva el desarrollo turístico del territorio como futura fuente de empleo para la población y la dinamización de otros sectores de la economía en el municipio, prestando especial atención en el encadenamiento productivo de las entidades que convergen en este. Así como el desarrollo socioeconómico y cultural que conlleva el intercambio con otras culturas. También se expondrán las potencialidades que posee el municipio para el desarrollo de la actividad turística, según las cuales los clientes buscarán experiencias nuevas y diferentes, no necesariamente ligadas al turismo de sol y playa, como tradicionalmente ha sido en nuestro país. De igual forma se deberá motivar a las principales autoridades de la localidad para que apoyen este proyecto y contribuyan en su realización.

• Sistema de dirección

Las autoridades del territorio deberán evaluar el sistema de dirección más adecuado que emplearán en el proceso de planificación turística del territorio, introduciendo los cambios que permitan implementar sistemas y herramientas apropiadas para dirigir el mismo.

Diagnóstico

Para la fase de diagnóstico fue empleado como instrumento la revisión documental de bibliografía disponible en revistas y sitios web de organismos oficiales así como de estadísticas actualizadas de la Oficina Nacional de Estadísticas e Información (ONEI) y el Plan General de Ordenamiento del municipio Jiguaní.

Turismo en Jiguaní: una apuesta del futuro

Expronceda Vázquez, Palao Fuentes, García Arévalo, Coronado Provanca, Cruz Aguilera



- **Inventario de recursos turísticos**

- **Recursos hidrográficos:** lo constituyen cuatro ríos y dos presas: Cautillo y Las Villas, además de cuatro micro presas y 336 lagunas.

- **Fauna:** reserva de polimita (*polymita picta*), incluidas clases únicas del lugar, localizadas en la Loma de Alberto en el poblado de Santa Rita, Charco Redondo y Jiguaní Arriba. Varios ejemplares de aves: tomeguín (*tiaris canorus*), sinsonte (*mimus polyglottos*), negrito (*lessonia rufa*), tocororo (*priotelus temmurus*), carta cuba (*totus multicolor*), pájaro carpintero (*picidae*), zorzal (*turdus philomelos*), entre otras, distribuidas en la loma “El Yarey”, zonas elevadas de Charco Redondo, las zonas aledañas a la presa Las Villas y las áreas de las empresas Genética Manuel Fajardo y Cultivos Varios La Yaya. Especies acuáticas como la trucha (*salmo trutta*) y mojarra (*gerreidae*); crustáceos; anfibios como la rana toro (*lithobates catesbeianus*) y reptiles, tales como el majá de Santa María (*epicrates angulifer*), culebras ciegas (*blanus cinereus*) y salamandras (*caudata*).

- **Flora:** la vegetación natural está conformada por plantas herbáceas en un 90.0 % que sirven de pasto a la ganadería, el 10.0 % restante lo ocupan árboles que sirven como protectores del suelo y el agua, pudiéndose encontrar ejemplares de frutales como el mango (*magnifera indica*), la guayaba (*psidium guajava*), el coco (*cocos nucifera*), el mamey (*pouteria sapota*), entre otras. Además de árboles como caimitillo (*chrysophyllum oliviforme*), roble (*quercus robur*), majagua (*talipariti elatum*), algarrobo (*ceratonia siliqua*), etc. situados principalmente en la parte sur de la localidad. Como dato curioso, cuenta con un bosque de mangle prieto (*avicennia germinans*), ubicado en la zona de “El Salao”, en el Consejo Popular Palmarito, a más de 77.0 km de la costa (figura 4).

Figura 4
Propuesta de Medio Ambiente del municipio Jiguaní



Fuente: Plan General de Ordenamiento Territorial del municipio Jiguaní (2014).

- **Recursos Histórico-Culturales:** el patrimonio cultural del municipio es amplio, debido a que desde los primeros años de la colonización existen evidencias físicas de costumbres y formas de vida de los primeros habitantes de la zona. Luego, la etapa de las guerras de independencia dejó una riqueza tangible que se evidencia en los 72 sitios históricos con que cuenta el municipio, cinco de los cuales están declarados Monumentos Nacionales. (Plan General de Ordenamiento Territorial del municipio Jiguaní, 2014).

Se encuentran, además, el Monumento a los caídos en el fusilamiento de Los Maraños; el Memorial de la Independencia; Monumento Nacional a José Martí en Dos Ríos; Fortaleza Militar Colonial “El Fuerte”; Campamento 23, 24 y 27 de José Martí (Ruta Martiana), entre otros.

Se destaca La Rinconada como uno de los lugares históricos que posee la región. En 1869 acamparon en este lugar las tropas de Calixto García y en 1895 fue centro de operación del Ejército Libertador. En este sitio, Fidel Castro puso el puesto de mando de la Comandancia y desde allí dirigió las operaciones militares sobre Jiguaní, Baire, Contramaestre y Maffo; y Dos Ríos, localidad en la que el Héroe Nacional de Cuba, José Martí, vivió sus últimos días, antes de su caída en combate en estas tierras, el 19 de mayo de 1895.

- **Ferías y eventos:** uno de los eventos de mayor trascendencia en el territorio es el Concurso Nacional de Plástica Infantil “Yo soy de donde crece la palma” el cual se realiza cada año en homenaje a la caída en combate del Apóstol en tierras jiguaniceras. Es auspiciado por la Galería de Arte, el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF), el Instituto Cubano de Amistad con los Pueblos (ICAP) y la sociedad cultural José Martí.

Es también conocida en la localidad la Feria de Artesanías “DulMar” realizada cada semana y donde se ofertan productos, en su mayoría confeccionados manualmente, con elementos propios de la naturaleza, tales como: semillas, conchas y madera.

- **Fiestas y tradiciones:** fiestas en conmemoración de la fundación de la Villa San Pablo de Jiguaní (24-26/01) y en homenaje a la liberación del territorio (19/12); y los Altares de Cruz, celebración de índole religiosa.

- **Manifestaciones artísticas:** Banda Municipal; Taller Literario de Creación Infantil “Meñique Travieso”; diez grupos de teatro en total, de los cuales dos son infantiles, tres de adolescentes, tres de jóvenes y dos de adultos.

- **Oferta local**

Alojamiento: dentro de la infraestructura de alojamiento se destacan dos villas: Villa “El Yarey” y Villa “Cautillo”, además del Campismo Popular “Los Cantiles” que cuenta con 26 cabañas de 2, 4 y 6 capacidades, acondicionadas para el público nacional. Recientemente fue inaugurado el Hotel Jiguaní que posee 11 habitaciones y una suite. Esto unido a la escasa cantidad de casas de renta, distribuidas por todo el municipio,

conforman la totalidad de la capacidad de alojamiento hasta el momento.

Restauración: el territorio cuenta con el Restaurante “1701”, el “Guaguani” y el Restaurante - Bar “La Estrella”, este último situado en el centro histórico de la Villa, además de los puntos de venta pertenecientes a la Empresa Extra hotelera Palmares. En el sector privado, se destaca la presencia de algunos paladares, localizados fundamentalmente en lugares céntricos del territorio.

Recreación y ocio: la localidad cuenta con el Club Nocturno “El Mambí”, de gran aceptación entre el público juvenil en su mayoría. En ocasiones se presentan grupos musicales del municipio y de la provincia y funciona como salón para fiestas de quince, bodas, cumpleaños, entre otros eventos.

Instalaciones para la práctica de deportes como el estadio de pelota Ramón Gómez; la Villa Deportiva y la cancha de voleibol de playa Luis Antonio Leal. Cabe mencionar que esta es la única cancha de voleibol de playa existente en el país, ubicada en un municipio no costero. Todas estas instalaciones pertenecen al Instituto Nacional de Deportes, Educación Física y Recreación (INDER), cada una de ellas constituye un espacio propicio para la práctica de actividades recreativas y deportivas.

- **Análisis de la demanda**

Antes de la aparición de la pandemia del Coronavirus la provincia de Granma contaba con un total de 71 establecimientos turísticos hasta el cierre del 2019, según las estadísticas de la Oficina Nacional de Estadísticas e Información (2019), distribuidos en siete hoteles, cuatro villas y 60 establecimientos de otro tipo, para una capacidad habitacional de 1 276 unidades, concentradas fundamentalmente en el municipio Bayamo, cabecera provincial, y en el municipio costero de Pilón. Se destacaban como cardinales mercados emisores: Canadá, Alemania, Italia y Francia. La principal motivación de los clientes que visitaban el destino Granma estaba dada por la naturaleza, la cultura y la historia de la región. El grupo de edad más común era el de 40-65 años, con una pernoctación promedio de dos a tres días en Bayamo y en la provincia, de cinco días, en hoteles de dos y tres estrellas. Fuera de esto, la demanda turística en el municipio Jiguaní es casi nula, tampoco constan cifras exactas que indiquen el comportamiento del turismo libre en el territorio a ninguno de los niveles a los que se efectuó el estudio de la demanda.

- **Infraestructura técnica**

- **Red vial:** la principal vía de acceso al municipio es la carretera Bayamo – Santiago de Cuba, la cual se encuentra en buen estado técnico, la misma circunvala la ciudad por el sureste, permitiendo una importante vinculación vial con la cabecera provincial y con la provincia Santiago de Cuba, igualmente sucede con la carretera que va hasta la cabecera municipal. No siendo así con la carretera Jiguaní – San Germán, que se encuentra en un estado desfavorable.

La movilidad entre los asentamientos dentro del territorio se desarrolla mayormente a través del transporte automotor, a diferencia de lo que sucede dentro de los núcleos urbanos, en los que se utilizan fundamentalmente para el movimiento interno de la población, las bicicletas, los bicitaxis, los coches y en menor escala el transporte automotor. El sistema ferroviario se encuentra deprimido por el deterioro de locomotoras y coches (carencias de piezas de repuesto) y en ocasiones falta de combustible y lubricantes.

- **Comunicaciones:** la Empresa de Telecomunicaciones (ETECSA) es la encargada de garantizar el servicio telefónico en todo el país, mediante el empleo de la telefonía fija o alternativa, garantizando la telefonía celular en la zona urbana del territorio, fundamentalmente, y en zonas rurales, en las que, si bien la señal no es del todo buena, tampoco es inexistente. Se cuenta con zonas de conexión Wi-Fi en algunos puntos y se han habilitado redes de segunda, tercera y cuarta generación (2G, 3G y 4G). Se logró la digitalización de la ciudad de Jiguaní, a través de una moderna central digital, lo que permitió mejorar la calidad de los servicios telefónicos, así como la prestación de múltiples servicios suplementarios y un incremento de las líneas instaladas.

- **Redes eléctricas:** Jiguaní es abastecido por el Sistema Electro Energético Nacional. Zonas rurales que antes no contaban con este servicio, hoy se encuentran electrificadas. Por lo que de manera general el suministro de energía eléctrica se hace de forma estable para la mayor parte de la población. El municipio cuenta con dos Parques Fotovoltaicos, ubicados a la entrada de la cabecera municipal y en la zona de El Yarey, respectivamente.

- **Redes de acueducto y alcantarillado:** en el municipio existen 31 unidades de acueducto, cuya red cubre 148,7 kilómetros, logrando satisfacer a 40,4 miles de habitantes. Con respecto al alcantarillado, estos se redujeron a tres unidades a partir del año 2014, viéndose beneficiados 2,9 miles de habitantes, lo cual constituye un retroceso en comparación con las cifras de años anteriores. (Oficina Nacional de Estadísticas e Información, 2017)

- **Radio y televisión:** posee la emisora CMND, que transmite por la frecuencia 91.9 Mz, tiene una programación variada que se ha ido extendiendo a medida en que se ha incorporado en la red nacional de emisoras cubanas y ha logrado difundir el quehacer de los jiguaniceros, así como mantener a sus oyentes actualizados de todo el acontecer nacional e internacional. El municipio no posee un canal de televisión local.

- **Servicios comerciales:** posee una CTC (Cadena de Tiendas Caribe), antiguamente conocidas como TRD (Tiendas Recaudadoras de Divisas) y una tienda Panamericana, las cuales operan solo con el Peso Cubano (CUP), además de dos tiendas en MLC (Moneda Libremente Convertible) que trabajan con el USD, implementadas en el país a partir del nuevo Plan de Ordenamiento Económico. Existen otras dos tiendas

Turismo en Jiguaní: una apuesta del futuro

Expronceda Vázquez, Palao Fuentes, García Arévalo, Coronado Provanca, Cruz Aguilera



pertenecientes a la Empresa de Comercio: La Manzanillera y La Comercial.

- **Análisis de la Competencia**

Para el análisis de la competencia fue necesario evaluar la misma primeramente para el destino Granma y luego para el territorio en particular. Dado que la provincia se caracteriza por ser un destino de naturaleza, se analizaron los principales competidores tomando como punto de referencia esta modalidad. Se definieron entonces como competencia directa los destinos de Pinar del Río (Viñales-Soroa-Las Terrazas), Baracoa y Ciénaga de Zapata ya que son destinos más conocidos a nivel internacional y por ende atraen a un mayor número de visitantes. En materia de turismo cultural, Santiago de Cuba, Holguín, Trinidad y La Habana, por solo mencionar algunos, se alzan como los más fuertes competidores del destino Granma. En el plano territorial los principales competidores que tiene el municipio son Bayamo y Manzanillo, ya que estos cuentan con una infraestructura turística mayormente desarrollada y los recursos existentes en cada uno de ellos son explotados en función de la actividad turística.

- **Matriz DAFO (Matriz de Debilidades-Amenazas-Fortalezas-Oportunidades)**

Como resultado del diagnóstico realizado, se establecieron los factores internos y externos que constituyen un freno para el desarrollo de la actividad turística y aquellos que favorecen a su fomento a nivel local.

Debilidades:

D1. No existe una oferta turística estructurada que realce las potencialidades que posee el municipio.

D2. Escasez de servicios e infraestructura turística para el desarrollo de esta actividad.

D3. No se realizan acciones de comunicación promocional para dar a conocer los atractivos potencialmente turísticos del territorio.

D4. Pérdida de edificaciones con valor histórico y cultural, principalmente en la zona del Centro Histórico, por la falta de una política y estrategia de intervención en estas.

D5. Falta de inversión por parte de las autoridades municipales en proyectos locales.

D6. Falta de personal capacitado en actividades turísticas dentro del municipio.

D7. Desaprovechamiento del efecto multiplicador del turismo para dinamizar el sector agrícola e industrial.

Amenazas:

A1. Recrudescimiento del bloqueo económico y de las arbitrarias medidas impuestas por el gobierno de Estados Unidos contra Cuba, teniendo como claro ejemplo la Ley Helms-Burton.

A2. Proximidad a destinos con un desarrollo turístico reconocido y por tanto con gran experiencia en el sector.

A3. Riesgos de desastres naturales, fundamentalmente eventos hidro-meteorológicos y sismos.

A4. Efectos del cambio climático.

A5. Pandemia de la Covid-19, que ha causado grandes impactos a nivel social y económico.

Fortalezas:

F1. Existencia de una flora y fauna endémica del municipio.

F2. Marcada presencia del patrimonio intangible, poniendo en realce costumbres y tradiciones de las distintas etapas por las que atravesó nuestro país.

F3. El territorio presenta edificaciones con valores patrimoniales y arquitectónicos que le dan relevancia.

F4. Se cuenta con canteras para la explotación de recursos materiales de la construcción.

F5. Existencia de empresas agrícolas, ganaderas, industriales y de construcción que pueden servir de soporte a la actividad turística.

F6. Existencia de áreas en el territorio para el desarrollo industrial con inversión extranjera.

F7. Posición geográfica favorable, al vincularse con el resto del territorio y otras provincias a través de la carretera central que circunvala la ciudad por el sureste comunicándola con la cabecera provincial, Bayamo y con Baire, territorio de la provincia Santiago de Cuba.

F8. La ciudad es la tercera de importancia en la provincia.

F9. La amabilidad y hospitalidad de los pobladores.

F10. El territorio ofrece un ambiente de seguridad.

F11. Jiguaní es un territorio virgen en cuanto a actividad turística se refiere, por lo que mediante una adecuada explotación de los recursos que posee se puede confeccionar un producto novedoso para visitantes foráneos.

Oportunidades:

O1. Creciente uso de las redes sociales para informarse y elegir los destinos turísticos.

O2. Voluntad del país de otorgar una mayor autonomía a los municipios en aras del desarrollo local.

O3. Proceso de actualización del modelo económico cubano asociados al modelo agrario y a los sistemas de gestión.

O4. Proyectos nacionales e internacionales implementados en el municipio para impulsar el sector agropecuario.

O5. Pandemia de la Covid-19, la cual ha provocado que un mayor número de personas se interesen por aquellos destinos asociados al turismo de naturaleza y turismo rural.

Se realizó el resumen de los aspectos internos y externos recogidos en la Matriz DAFO, determinando los principales puntos de encuentro, obteniéndose como resultado el predominio de estos entre las debilidades y oportunidades, lo que indica un entorno externo favorable para el desarrollo del turismo.

Definición de Objetivos

En esta etapa se realizó la formulación de los objetivos a largo plazo, las áreas claves y los objetivos principales.

- **Objetivos a largo plazo**

- Convertir al municipio de Jiguaní en un destino turístico con una oferta diversificada en materia de turismo de naturaleza y turismo rural.

- Contar con un eficiente sistema de distribución que garantice el arribo de turistas al territorio.

- Establecer diferentes vías de promoción para dar a conocer el municipio tanto en el ámbito nacional como internacional.

- Ampliar las fuentes de financiamiento destinadas al desarrollo turístico en el territorio.

- Ejecutar las inversiones necesarias para garantizar el desarrollo turístico del municipio.

-Aprovechar el efecto multiplicador del turismo para dinamizar e impulsar el resto de las actividades económicas del municipio.

- Generar nuevos empleos para la actividad turística.

• Definición de áreas claves

A raíz del análisis efectuado previamente y de los resultados arrojados por la matriz DAFO, fueron determinadas como áreas claves las siguientes:

I. Productos y servicios turísticos: se refiere a la oferta turística del territorio. Se trata de conformar una oferta turística completa y atractiva, a partir de las potencialidades que ofrece el municipio, resaltando aquellas que lo hacen diferente.

II. Población: de ahí saldrá la fuerza de trabajo necesaria para prestar los distintos servicios que se ofrecerán a los clientes y será la encargada de mostrar las costumbres y tradiciones de todo un pueblo a los visitantes.

III. Comunicación promocional y distribución: será necesario adaptar esta nueva estrategia al territorio y lograr que sea promocionada correctamente su oferta, tanto al mercado nacional como al internacional.

IV. Efecto multiplicador: el desarrollo de la actividad turística en el territorio, implica un crecimiento de las necesidades de abastecimiento, por lo que se deberá hacer uso de todas las capacidades productivas que sean necesarias.

V. Infraestructura: el hecho de que el territorio cuente con determinadas condiciones físicas y ambientales para el desarrollo y explotación de la actividad turística y dentro de esta la modalidad de turismo rural y de naturaleza, no es suficiente, deben estar garantizados otros servicios básicos y determinadas facilidades que permitan a los clientes el acceso y disfrute de la oferta turística.

• Objetivos principales

Para un mejor proceso de planificación los objetivos principales se definieron por áreas claves.

I. Productos y servicios turísticos

- Desarrollar nuevos productos y servicios y perfeccionar los existentes aprovechando el potencial de atractivos del territorio.

- Desarrollar la infraestructura de alojamiento turístico, de restauración y aprovechar las potencialidades del municipio en

la cocina tradicional cubana, así como potenciar la de actividades de ocio y recreación.

II. Población:

- Fomentar una cultura turística entre los habitantes del territorio.

- Potenciar el trabajo por cuenta propia para apoyar la actividad turística.

- Formar la fuerza de trabajo necesaria para el turismo.

III. Comunicación promocional y distribución

- Incrementar la comunicación promocional, empleando los medios adecuados para ello con el objetivo de dar a conocer los atractivos y facilidades que ofrece el municipio.

- Desarrollar iniciativas locales para la realización de actividades promocionales.

- Ampliar los canales de distribución existentes.

IV. Efecto multiplicador

- Fomentar el desarrollo de la industria agropecuaria y de la construcción.

V. Infraestructura

- Mejorar las vías de acceso a los principales recursos con los que cuenta el municipio.

- Garantizar la infraestructura necesaria para un mayor disfrute por parte de los clientes de la oferta turística.

Formulación de Estrategias

• Estrategias generales

Las estrategias turísticas generales pueden ser: competitivas, de desarrollo o de crecimiento, a continuación se hizo una propuesta de cada una de ellas.

- **Competitiva:** Desarrollar una gama de productos amplia, diversa y novedosa, basada en la modalidad de turismo de naturaleza y rural, capaz de atraer a turistas de diferentes mercados.

- **Desarrollo:** Crear productos turísticos novedosos que respondan a las tendencias internacionales, para garantizar el arribo de nuevos clientes.

- **Crecimiento:** Desarrollar una infraestructura turística que garantice una llamativa oferta y atraiga un gran volumen de clientes.

• Estrategias específicas

Se definieron estrategias específicas para su cumplimiento.

➤ **Desarrollar nuevos productos y servicios y perfeccionar los existentes aprovechando el potencial de atractivos del territorio**

- Diseñar nuevos productos que aprovechen las potencialidades del territorio para el desarrollo del turismo rural.

- Confeccionar una oferta donde se ponga en valor la cocina tradicional cubana y del territorio.

- Perfeccionar los productos existentes atendiendo a las características y expectativas del mercado meta.

Turismo en Jiguaní: una apuesta del futuro

Expronceda Vázquez, Palao Fuentes, García Arévalo, Coronado Provance, Cruz Aguilera



➤ **Desarrollar la infraestructura de alojamiento turístico en el territorio.**

-Establecer una colaboración entre el gobierno municipal y el Mintur para el mejoramiento de las condiciones de instalaciones ya existentes en el municipio.

-Construir nuevas instalaciones de alojamiento a lo largo del territorio.

➤ **Desarrollar la infraestructura de restauración.**

-Gestionar la reparación de restaurantes en mal estado.

-Arrendar locales para paladares y otros servicios de restauración.

-Promover la construcción de nuevas instalaciones, como restaurantes, cafeterías y snack bares, fundamentalmente en el centro urbano del municipio.

➤ **Potenciar el desarrollo de instalaciones de apoyo para actividades de ocio y recreación.**

-Arrendar espacios que puedan utilizarse para la recreación y el ocio.

-Apoyar proyectos locales dedicados al esparcimiento y recreación.

➤ **Fomentar una cultura turística entre los habitantes del territorio.**

-Comunicar a la población a través de los medios de difusión local acerca de la importancia del desarrollo de la actividad turística para el territorio, las potencialidades que posee el mismo y la necesidad del respeto hacia otras culturas.

-Hacer un llamado a la población para cuidar y preservar los recursos tanto naturales como ambientales con los que se cuenta, a través de charlas educativas, talleres, conferencias, etc.

➤ **Potenciar el trabajo por cuenta propia para apoyar la actividad turística.**

-Ampliar el número de patentes para la creación de casas de rentas y paladares.

-Realizar contratos con cuentapropistas para la prestación de servicios al público internacional.

➤ **Desarrollar una adecuada comunicación promocional, empleando los medios apropiados para ello.**

-Diseñar y distribuir folletos, pancartas, plegables, entre otros, en los lugares de mayor flujo de turistas en la provincia.

-Gestionar con la Oficina de Información Turística (Infotur) la inclusión del municipio dentro de las opciones del destino.

-Crear sitios web donde se dé a conocer información promocional acerca del municipio.

➤ **Fomentar el desarrollo de la industria agropecuaria y de la construcción.**

-Crear nuevos contratos entre la industria agropecuaria y de construcción y el sector del Turismo.

-Impulsar el crecimiento agrícola de productos existentes en la región.

-Gestionar tecnologías y equipos de avanzada para un mejor desarrollo de los procesos constructivos.

-Potenciar la generación de empleos en periodos constructivos.

➤ **Mejorar las vías de acceso a los principales recursos con los que cuenta el municipio.**

-Gestionar materiales y recursos para reparar las vías de acceso a lugares puestos a convertirse en atractivos turísticos.

• **Programación y presupuestación**

- **Fuentes de financiamiento**

Para la determinación de las fuentes de financiamiento se deberá tener un mayor grado de maduración de la iniciativa de desarrollo, es por ello que solo se hizo una proposición de ideas generales sobre el tema, basada en la propuesta hecha por Avila (2016). Se consideraron las fuentes siguientes: Plan de la economía, ingresos de las autoridades locales, proyectos de desarrollo local y a través de los trabajadores por cuenta propia.

- **Cooperación y alianzas**

Dado que aún no existe un desarrollo turístico en el municipio, no se llevan a cabo relaciones de cooperación con otras organizaciones. Resulta de vital importancia establecer alianzas con organismos extraterritoriales e internacionales, vinculados a la actividad turística, ya que esto constituiría un paso fundamental para el desarrollo del sector turístico en Jiguaní.

- **Definición de programas**

Una vez determinados los objetivos específicos, y las estrategias para su cumplimiento, se procedió a la determinación de programas y acciones, en los que no se establecieron plazos de ejecución debido al carácter de propuesta de los mismos, debiéndose establecer en caso de decidirse su implementación. A continuación se expusieron los programas más importantes según aparece en las tablas 1, 2, 3 y 4.

Tabla 1

Programa 1: Desarrollar nuevos productos y servicios y perfeccionar los existentes aprovechando el potencial de atractivos del territorio.

Acciones	Responsables
Identificar inmuebles (estatales o privados) que puedan convertirse en establecimientos de alojamiento.	DMPF - Grupo Patrimonio
Estudio de factibilidad (potencial habitacional, modificaciones y recursos necesarios, estimación de costos).	Vicepresidente (VP) Economía
Motivar a los particulares para la creación de casas de renta destinadas al turismo.	Consejo de Administración Municipal (CAM)- Oficina Nacional de Administración Tributaria (ONAT)

Tabla 2

Programa 2: Desarrollo de la infraestructura de alojamiento turístico en el territorio.

Acciones	Responsables
Actualizar el inventario de atractivos turísticos	Dirección Municipal de Planificación Física (DMPF) - Grupo Patrimonio
Evaluar la atractividad de los recursos turísticos seleccionados.	Dirección Municipal de Planificación Física (DMPF) - Grupo Patrimonio
Diseñar productos turísticos aprovechando las potencialidades de los atractivos que permitan diferenciar la oferta, principalmente para el turismo de naturaleza y el turismo rural.	Equipo de trabajo creado

Tabla 3

Programa 3: Desarrollo de la infraestructura de restauración.

Acciones	Responsables
Identificación de lugares con condiciones adecuadas para convertirse en restaurantes, cafeterías y bares	DMPF- Grupo Patrimonio
Estudio de factibilidad (cantidad de plazas, modificaciones y recursos necesarios, estimación de costos)	VP Economía
Inventariar los restaurantes estatales en malas condiciones	CAM
Motivar a los particulares a la creación de restaurantes	CAM- ONAT – Dirección Municipal de Trabajo (DMT)

Tabla 4

Programa 4: Desarrollar una adecuada comunicación promocional

Acciones	Responsables
Definición y aprobación del presupuesto de comunicación	VP Economía
Definir los elementos identificativos del destino	Equipo de Marketing
Publicar información actualizada en las redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram, etc.) y en Trip Advisor	Equipo MK
Identificar los sitios de viajes y turismo más populares en la web	Equipo MK
Colocación de enlaces y anuncios en los sitios identificados	Equipo MK
Publicar información en las guías de viajes	Equipo MK
Diseño y elaboración de un video promocional y presentación en los diferentes medios	Equipo MK

Turismo en Jiguaní: una apuesta del futuro

Expronceda Vázquez, Palao Fuentes, García Arévalo, Coronado Provance, Cruz Aguilera



Tabla 5

Programa 5: Fomentar el desarrollo de la industria agropecuaria.

Acciones	Responsables
Identificar las empresas agropecuarias con mayor potencial en el municipio	Delegado del Ministerio de la Agricultura (MINAGRI)
Fijar mayores estándares de calidad de algunos productos agrícolas	Director de Calidad MINAGRI
Coordinar con el Delegado del MINAGRI futuras negociaciones con el Mintur	Dirección Municipal MINAGRI
Identificar las principales fincas y productores del municipio que puedan proveer a las diferentes instalaciones turísticas	Delegado del MINAGRI

4. Discusión

Los resultados obtenidos en la investigación realizada muestran la importancia de la planificación como herramienta esencial para alcanzar el éxito en el desarrollo, gestión y manejo de la actividad turística en una región. Esto ha motivado tanto a las administraciones públicas como a los propios empresarios, a buscar y aplicar metodologías y herramientas de planificación turística, así como el establecimiento de indicadores que permitan tomar las mejores decisiones sobre las estrategias a seguir para hacer ese desarrollo sostenible y lograr así una adecuada gestión.

La política del Estado Cubano para el sector turístico en la actualidad se ha ratificado y precisado, en la actualización de los Lineamientos de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución para el período 2016-2021, aprobados por el VII Congreso del Partido Comunista de Cuba en abril de 2017, en lo referente a la Política para el Turismo, en el número 207 que plantea: la actividad turística deberá tener un crecimiento acelerado que garantice la sostenibilidad y dinamice la economía, incrementando de manera sostenida los ingresos y las utilidades, diversificando los mercados emisores y segmentos de clientes, y maximizando el ingreso medio por turista.

De igual manera el lineamiento 208 relacionado con el incremento de la competitividad en los mercados turísticos establece que esta se logre a través de la diversificación de la oferta y la elevación de la calidad de los servicios. Es por ello que el turismo se ha establecido como un sector estratégico para el desarrollo del país.

Para la elaboración del Plan de Desarrollo de un territorio se

consultaron diferentes fuentes, tanto de estudios bibliográficos como de trabajos investigativos realizados con anterioridad por investigadores nacionales e internacionales y se seleccionó la metodología propuesta por Leyva (2016), la que recoge los aspectos comunes de las otras metodologías estudiadas. Sobre esa base se recorrieron todas las etapas y sub-etapas que contempla la metodología.

Jiguaní, es un municipio de la provincia de Granma, en el Oriente Cubano, donde existen abundantes recursos turísticos que constituyen potencialidades para el desarrollo del turismo.

En la revisión de documentos del territorio se comprobó que no existen estudios detallados acerca del desarrollo de la actividad turística en este, aunque posee un entorno externo favorable y recursos naturales, históricos y culturales para su desenvolvimiento.

La conformación de la propuesta de Plan de Desarrollo del Turismo en el municipio Jiguaní centra su estrategia en el desarrollo y diversificación de productos e infraestructura bajo la modalidad de turismo de naturaleza, turismo rural y en menor medida el turismo cultural; aunque en un primer momento se puede desarrollar el turismo de paso, teniendo en cuenta la ubicación geográfica del municipio.

El accionar conjunto de todos los actores del municipio posibilitará la implementación del Plan de Desarrollo y con ello el progreso de su actividad turística, lo que aportará beneficios económicos y sociales para la comunidad y la provincia.

5. Referencias bibliográficas

- Avila, M. E. (2016). Programa de desarrollo turístico para el municipio Banes. Holguín, Cuba.
- Alvarado, J., Oddone, N., & Gil, L. (2017). Fortalecimiento de la cadena de valor de turismo en Pedernales, República Dominicana. República Dominicana.
- Boullón, R. (2006). Planificación del espacio turístico. Trillas, México.
- Ecured. (2019). Municipio Jiguaní.
- García, M. E., Cardoso, L. M., & Amador, M. I. (2015). Articulación de los planes de ordenamiento físico-espacial y los planes de desarrollo turístico territoriales en Cuba. Cuba.
- González, D. G. (2016). La gestión del turismo rural como factor de desarrollo local en los municipios. Camagüey, Cuba: Editorial Universitaria.
- González, J. M. (2014). Diseño de un plan de acciones para el desarrollo del turismo rural en la cuenca Hanabanilla "Hotel Hanabanilla". Santa Clara, Cuba.
- González, L. D. (2012). Propuesta de plan de desarrollo de turismo rural para la localidad de Jibacoa, municipio Manicaragua, Villa Clara. Cuba.

Turismo en Jiguaní: una apuesta del futuro

Expronceda Vázquez, Palao Fuentes, García Arévalo, Coronado Provanca, Cruz Aguilera

- Hall, M., & Page, S. (2002). The geography of tourism and recreation: Environment, Place and space. Londres, Reino Unido.
- Leyva, L. P. (2016). Procedimiento para el diseño de un programa de desarrollo turístico municipal. Holguín, Holguín, Cuba.
- López, P. B. (2019). Administración y Organizaciones. Planificación del desarrollo turístico. Una propuesta metodológica.
- Losada, J. A. (12 de junio de 2020). La vuelta del turismo post Covid-19: una oportunidad de cambio.
- Luján, L. A. (2013). Propuesta de plan de desarrollo turístico municipal de Temascaltepec, estado de México. Toluca, México.
- Medina, A. D. (30 de agosto de 2020). Post pandemia y turismo en Cuba. Cuba.
- Oficina Nacional de Estadísticas e Información. (2017). Anuario Estadístico de Granma. Jiguaní. Cuba.
- Oficina Nacional de Estadísticas e Información. (2019). Anuario Estadístico de Granma. Cuba.
- Oficina Nacional de Estadísticas e Información. (2019). Anuario Estadístico de Granma. Jiguaní.
- Organización Mundial de Turismo. (2004). National and Regional Tourism Planning: Methodologies and Case Studies. Madrid.
- Pérez, N. M., & Hernández, I. (2018). Economía y Desarrollo. El turismo de naturaleza como actividad socioproductiva, vinculado al proceso de gestión del desarrollo local en el municipio Minas de Matahambre., 159(1). Pinar del Río, Cuba.
- Porras, M. A. (2009). La planificación del producto turístico. Costa Rica.
- Plan General de Ordenamiento Territorial del municipio Jiguaní. (2014). Granma, Cuba.
- Plan de Desarrollo Integral de Jiguaní. (2020). Granma, Cuba.
- Sánchez, E. d. (junio de 2014). Suma de Negocios. Elementos determinantes en Cundinamarca para el desarrollo del turismo como actividad estratégica regional. Bogotá, Colombia.
- Telesur. (9 de marzo de 2021). Cuba pierde el 74.6% de turistas debido a la Covid-19. Cuba.
- Wikipedia. (2019). Municipio Jiguaní
- Zamorano Casal, F. M. (2008). Turismo alternativo, servicios turísticos diferenciados. Trillas, México.

