

## **Turismo cultural**

### **Imprenta Roberto Rodríguez, patrimonio vivo de la oferta de recorridos turísticos a Morón**

*Printing house Roberto Rodríguez, living heritage in tourist excursions to Morón*

Adelaida Cuesta-Flores<sup>1</sup>, Ada Lorenzo-Pérez<sup>2</sup>, Isabel Dávila-Sotolongo<sup>1</sup> y Raymé Jiménez-Orosa<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Centro de Capacitación para el Turismo, Ciego de Ávila. MINTUR. Cuba

<sup>2</sup>Centro Universitario Morón. Universidad de Ciego de Ávila. MES. Cuba

Correo electrónico: adelaida@ehtca.tur.cu

#### **Resumen**

El objetivo de la investigación fue diseñar la oferta turística Imprenta de Morón, la cual se puede incluir en las excursiones organizadas por las agencias de viajes de Ciego de Ávila. Los métodos utilizados fueron: análisis-síntesis, histórico-lógico, inducción-deducción, sistémico-estructural y dialéctico. También se empleó la observación, las entrevistas estructuradas, la entrevista en profundidad, el análisis documental y el criterio de especialistas. El diseño se complementó con un proyecto de Iniciativa Municipal de Desarrollo Local (IMDL) que incluye, en su estudio de factibilidad económica, nuevos y mejores servicios de impresión y mejoras del estado constructivo de la imprenta, lo que garantiza su preservación. Se demostró que esta propuesta sociocultural enriquece la oferta extrahotelera del destino y contribuye con el desarrollo local, mediante el incremento de ingresos por concepto de ventas de servicios destinados a la población, el turismo y los organismos del territorio.

**Palabras clave:** desarrollo endógeno, desarrollo local, patrimonio industrial, oferta sociocultural

#### **Abstract**

The objective of this research was to design the tourist offer The Printing House of Morón, which can be inserted in excursions organized by the travel agencies in Ciego de Ávila. The methods used were: analysis-synthesis, historical-logical, induction and deduction, systemic-structural and dialectical. Observation, structured surveys, in-depth interviews, document analysis and specialists' criteria were also utilized. The design was complemented with a project of the Municipal Initiative of Local Development that includes in its economic feasibility study new and better printing services and constructive status improvements of the printing house, which guarantee its preservation. It was proven that this sociocultural proposal enriches the extra-hotel offer of the tourist destination and contributes to local development through the increase of incomes by means of services sales aimed at the population, tourism and enterprises of the territory.

**Keywords:** endogenous development, local development, industrial heritage, sociocultural offer

## **Introducción**

Las propuestas de desarrollo endógeno constituyen una práctica conocida mundialmente en aquellas economías que buscan la sostenibilidad, al potenciar las capacidades internas de una región o comunidad local (Toscano, 2000).

El enfoque se basa en la movilización y participación de los actores territoriales, públicos y privados, como protagonistas principales de las iniciativas y de la estrategia de desarrollo local (Alburquerque, 2004; Villasante, 2006; Vázquez y Rodríguez, 2015). Las experiencias en América Latina son muy diferentes, ya que las estrategias e iniciativas se adaptan a las condiciones económicas y sociales de cada territorio (Izquierdo, 2015; Vázquez, 2015).

Esta perspectiva se potencia en Cuba mediante la política económico-social, a partir de los proyectos de Iniciativa Municipal de Desarrollo Local (IMDL), los cuales son conducidos por los Consejos de Administración Municipales (CAM) y se consideran una estrategia de trabajo que favorece el desarrollo de las minindustrias y los centros de servicios. En este caso, el principio de la autosustentabilidad financiera constituye el elemento esencial, armónicamente compatibilizado con los objetivos del plan de la Economía Nacional y de los municipios. En los lineamientos de la política económico-social se señala que el diseño y desarrollo de ofertas turísticas atractivas, que generen fuentes de ingresos, es otra de las iniciativas municipales de los territorios (PCC, 2016).

El desarrollo del turismo en el destino Jardines del Rey, al norte de la provincia Ciego de Ávila, ofrece un entorno favorable para la ciudad de Morón, la cual se caracteriza por:

1. Su posición geográfica a la entrada del destino turístico Jardines del Rey, ya que es la ciudad más cercana y paso obligado, hacia el interior de la Isla Grande, de los visitantes extranjeros que llegan a la cayería, situada al norte de la provincia Ciego de Ávila
2. El desarrollo del sector hotelero deja a la zaga al extrahotelero. Los visitantes demandan ofertas variadas y atractivas que suplan sus expectativas, además del sol y la playa (producto principal del destino), y pretenden conocer cómo vive el pueblo cubano, su cultura, tradiciones y patrimonio.
3. Existencia de elementos relevantes del patrimonio cultural e industrial, los que, puestos en valor turístico, pueden contribuir a la satisfacción de las demandas de ofertas socioculturales de los visitantes, y crear una fuente de ingreso sostenida, si se gestiona adecuadamente.

Por su cercanía a la cayería norte y su importante núcleo urbano, constituye el asentamiento de toda la infraestructura de apoyo a la actividad turística y un lugar idóneo de visita para los turistas que buscan ofertas extrahoteleras.

De acuerdo con lo señalado por el Ministerio del Turismo –MINTUR– (2015a), más de 3.6 millones de visitantes extranjeros han vacacionado en dicho destino, lo cual ha aportado ingresos superiores a los 1.8 millones de CUC en los últimos 20 años. Uno de cada cuatro turistas que visitan los cayos entra en contacto con la ciudad, ya sea en una excursión de las agencias de viajes (AA.VV.), por su propia cuenta (de paso por ella hacia otros lugares) o durante el alojamiento en instalaciones turísticas y en casas particulares (79 casas de renta al cierre de 2015). Esto significa que más de 30 000 visitantes extranjeros conocieron la ciudad en 2015 y unos 700 000 lo han hecho durante los últimos 20 años (MINTUR, 2015b); sin embargo, no se aprovechan todas las potencialidades histórico-patrimoniales con que cuenta el municipio de Morón, las cuales constituirían una fortaleza para el desarrollo del territorio, si se pusieran en función del turismo, de manera eficiente.

En Morón se mezclan los valores arquitectónicos coloniales y los republicanos. Además, se aprecia una imagen urbana muy propia, cuyos elementos más valiosos son: los portales corridos, la repetición de columnas y la composición de fachadas. Entre sus edificaciones se encuentra la imprenta Roberto Rodríguez, la cual atesora legendarias máquinas que brindan diversos servicios a las empresas del territorio y a la población. Dichas máquinas, testigos de la Revolución Industrial, poseen un valor histórico, tecnológico y social, que debe ser reconocido y apreciado, para garantizar la protección y conservación de esta tecnología obsoleta a nivel mundial, de acuerdo con lo establecido por el Comité Internacional para la Conservación del Patrimonio Industrial –TICCIH– (2003).

Por tal motivo, y teniendo en cuenta que son insuficientes los productos extrahoteleros que incorporan ofertas en las cuales se gestionan recursos patrimoniales industriales, se realizó una investigación con el objetivo de diseñar la oferta turística Imprenta de Morón, la cual se puede incluir en las excursiones organizadas por las AA.VV. de Ciego de Ávila.

La concepción y el diseño de la oferta, así como el proyecto IMDL presentado, constituyen el aporte práctico; mientras que la inclusión de la imprenta como museo «vivo» en los recorridos a la ciudad resulta una propuesta novedosa para el país.

## **Métodos**

En esta investigación descriptiva, con enfoque cualitativo, se empleó un diseño no experimental, transversal. También se utilizaron métodos teóricos (análisis-síntesis, histórico-lógico, inducción-deducción y sistémico-estructural y dialéctico) y los métodos empíricos siguientes:

- Observación: en la caracterización de la edificación, los equipos, las herramientas y los medios que conforman la imprenta Roberto Rodríguez.

- Entrevistas estructuradas: para recopilar información sobre la historia y los valores del patrimonio material e inmaterial que atesora la imprenta de Morón. Se seleccionaron, de forma intencional, tres individuos que estuvieran vinculados al proceso de fundación de la imprenta en 1962, para conocer el origen de las máquinas, los dueños y las actividades que realizaban.
- Entrevista en profundidad: para obtener información sobre el origen y la historia de las máquinas y el inmueble que ocupa la imprenta. Se entrevistó a personalidades relacionadas con el proceso sociocultural de la localidad de Morón.
- Análisis documental: revisión de documentos de las AA.VV. (programas de excursiones, estadísticas de pax e ingresos); documentos emitidos por el Consejo Internacional de Monumentos y Sitios (ICOMOS) y el TICCIH.
- Criterio de especialistas: para corroborar la validez de la oferta sociocultural por desarrollar en la imprenta. Se seleccionaron 15 especialistas que estuviesen relacionados con el diseño y la comercialización de productos turísticos y/o del sector de la cultura, con experiencia en la gestión del patrimonio cultural.

## **Resultados**

El proyecto IMDL, diseñado y en proceso de ejecución, constituye el sostén de la propuesta de oferta turística Imprenta de Morón, la cual se puede incluir en las excursiones organizadas por las AA.VV. del territorio.

### **1. Desarrollo de la oferta sociocultural Imprenta Roberto Rodríguez en los recorridos turísticos a la ciudad de Morón**

#### **Propuesta de oferta turística sociocultural**

##### **Componentes de la oferta turística**

La posibilidad de observar máquinas, aparatos, herramientas y utensilios, que han devenido en testimonio vivo de la actividad de impresión –íntimamente ligada a la historia–, le concede a la imprenta (museo «vivo» de la ciudad de Morón) un valor apreciado por los conocedores de la litografía universal y por los menos conocedores, quienes quedan asombrados al contemplar la producción de una obra social, en un ambiente de producción real.

**Concepto de producto:** mostrar al visitante los valores histórico-patrimoniales que posee la imprenta (edificación, máquinas e implementos obsoletos y proceso productivo); así como el funcionamiento de sus máquinas (experiencia poco usual en otros sitios del país), y las técnicas y herramientas del proceso de edición, impresión, encuadernación y empaquetado del producto terminado. Está dirigido al mercado real de la cayería, el cual realiza excursiones a Morón para conocer la historia y la cultura del pueblo cubano; a los visitantes de la ciudad; así como a niños, jóvenes y adultos residentes e interesados en la temática.

**Caracterización de la imprenta:** la imprenta Roberto Rodríguez pertenece a la Empresa de Producciones Varias de Morón, y se ubica en la calle Martí # 239, intersección con la calle Serafín Sánchez. El edificio se construyó alrededor del año 1920, su planta baja fue sede del Banco Canadá; mientras que su segundo nivel estuvo ocupado por cinco viviendas familiares que pertenecían a los dueños y trabajadores de este negocio. Posteriormente, se transformó en una casa de hospedaje y en la actualidad, en viviendas familiares. Después de 1959, el Ministerio de Industrias adquirió el inmueble y utilizó su planta baja como almacén de Cultura Municipal, hasta que se instauró la imprenta en 1965.

El edificio posee un alto valor patrimonial. Se encuentra en el eje principal de la ciudad, en una zona en la que predomina el comercio y los servicios, y colinda con viviendas y áreas de oficinas.

La estructura del predio conserva sus características eclécticas, y se destaca por su código arquitectónico. Su sistema constructivo es el tradicional, con su esqueleto de columnas y vigas, cubierta de losas de hormigón armado y cierres con muros de ladrillos. En la fachada se distinguen columnas cuadradas de grandes dimensiones, con una moldura que simula el capitel dórico, las cuales conforman un corredor público de gran amplitud; así como un almohadillado y varios vanos de grandes dimensiones, con una carpintería de madera y cristal que armoniza con el alto puntal. También son característicos las cornisas, el chaflán esquina, las balaustradas lumínicas, las pilastras, los arcos y los balcones, con ménsulas trabajadas.

**Caracterización de las máquinas y equipos:** el equipamiento funciona gracias al esfuerzo e ingenio de los trabajadores, y está conformado por nueve máquinas: cinco de impresión, dos guillotinas, una presilladora y dos máquinas inactivas.

- Tres máquinas Heidelberg automáticas de plano contra plano, de tecnología alemana, fabricadas en 1950. Estas se utilizan para imprimir modelos comerciales. Actualmente, se realiza una tirada de 1 800 ejemplares por jornada laboral.
- Una máquina de Pedal-3 americana, de 1901, diseñada para la impresión de modelos, tarjetas de presentación, diplomas, títulos, tesis y otros documentos. Posee capacidad de 6 000 ejemplares por jornada laboral.

- Una máquina de impresión digital duplicadora y fotocopidora, de tecnología japonesa, del año 2003.
- Dos guillotinas: una Polar americana de 1952 y una Macro Pivano italiana de 1951. Con ambas se realizan diferentes cortes por jornada de trabajo, en dependencia de la demanda: corte de cartón (4 300 unidades), corte de cartulina (16 000), filetear papel gaceta (542 000), filetear papel gaceta de 8 ¾ x 13 (835 200), corte de talones (60 000), picar papel bobina 8 ½ x 13 en 4 cortes (10 000), entre otros.
- Una presilladora de fabricación rusa, de 1982, con una capacidad de trabajo de 918 talones diarios. Con esta se puede confeccionar 160 paquetes de 1 000 hojas, 107 bloc triplicado intercalado, 21 agendas de 7 x 5, carpeta doblada y *file* de 108 capacidades, 600 unidades de libretas presilladas, entre otros formatos.
- Un linotipo M-1 para fundir las letras en plomo, de tecnología americana de 1903. Este se considera «el corazón de la imprenta», y funde hasta 280 pulgadas en plomo, durante una jornada de trabajo.
- Dos máquinas de fabricación soviética: una Victoria de 1982 y una PCA-3 de 1990. Aunque no se encuentran en explotación, debido a su valor se conservan dentro de la entidad.

**Servicios esenciales:** recorrido guiado por la entidad; oferta educativa de la imprenta; impresión y fotocopias; y producción y venta de mapas, plegables, sueltos, folletería, libretas, agendas, calendarios, imágenes gráficas, entre otros documentos.

**Servicios de apoyo:** gestión administrativa, seguridad, abastecimiento, suministro de agua, electricidad y comunicaciones.

**Capital humano:** 15 trabajadores (9 hombres y 6 mujeres): 1 administrador, 12 operarios, 1 oficinista y 1 auxiliar de limpieza. De estos, 8 poseen noveno grado y 6, nivel preuniversitario.

### **1.1 Servicio de recorrido guiado por la entidad**

**Pautas para el recorrido guiado:** el recibimiento se realizará en la puerta de entrada del inmueble, donde el guía explicará el contenido de la excursión y las posibilidades de fotografiar y realizar diseños de impresiones pequeñas. También presentará al especialista de la imprenta, quien conducirá a los visitantes durante el recorrido. Este explicará el origen y valor patrimonial que le conceden los moroneros a la edificación y al equipamiento, así como el funcionamiento de las máquinas y el papel que desempeña la entidad en la esfera económica del territorio.

**Distribución:** se propone la inclusión de la oferta sociocultural imprenta Roberto Rodríguez en el recorrido de las excursiones que venden las AA.VV. del destino (Cubanacán Viajes, Cubatur,

Gaviotatour, Havanatur y Paradisus). También se recomienda que los rentadores de casas particulares y la Empresa Cuba-Taxis conozcan las particularidades de dicha oferta y la socialicen.

**Accesibilidad:** situada en el centro de la ciudad de Morón, colinda con otros centros de interés histórico-patrimonial, a una distancia aproximada de 90 km de la cayería norte del municipio, donde se encuentran los cayos Coco y Guillermo. Se puede acceder por vía terrestre.

**Capacidad de carga:** de 12 a 15 pax por recorrido, se puede recibir hasta 40 pax por día, a razón de tres veces por semana. Acceso libre al punto de venta, con capacidad de 10 clientes.

**Precio:** 0.50-1.50 CUC/pax en recorridos organizados por AA.VV., con diferentes ofertas incluidas, previo contrato con estas agencias. Los clientes extranjeros libres pagarán 3.00 CUC y los nacionales, 2.00 CUP. La empresa establecerá un procedimiento de venta y control de tiques.

### **Comunicación**

- Presentación de la oferta tanto en el Comité Comercial, como en el Comité de AA.VV. del destino Jardines del Rey.
- Propuesta de rediseño de las excursiones Morón Media Jornada y Morón Plus, de la agencia Cubanacán, y Cuba: Azúcar, Tabaco & Ron, de Gaviotatour, para su aprobación y venta.
- Difusión de la oferta en los medios locales de comunicación (radial y televisiva).
- Realizar muestras itinerantes de la oferta sociocultural educativa en las actividades que se efectúen, tales como: exposición por el día de la ciencia cubana, círculos de interés, talleres, actividades extensionistas del Centro Universitario Municipal, entre otras; con el objetivo de aunar los esfuerzos de los sectores de la Educación y la Cultura, y del Gobierno del territorio.
- Identificar la instalación con un cartel lumínico.

### **Segmentos de mercado**

- Turistas extranjeros en excursiones organizadas a la ciudad de Morón.
- Turistas extranjeros y nacionales alojados en casas particulares y de paso por la ciudad.
- Estudiantes de diferentes niveles de enseñanza (círculos de interés y formación vocacional); universitarios en actividades extensionistas y complementarias al plan de estudio de las carreras siguientes: Licenciatura en Turismo, Estudios Socioculturales, Comunicación Social, entre otras.
- Grupos organizados y visitantes eventuales.
- Clientes extranjeros y nacionales libres, con acceso al punto de venta durante su paso por la imprenta.

**Proyección de ventas:** los ingresos por concepto de visitas guiadas se estiman considerando la contratación de un bus de 40 plazas, tres recorridos por semana (5 760 clientes), a un precio por

pax que puede oscilar entre 0.50 y 1.50 CUC, durante los 12 meses del año, para un ingreso promedio de 2 880.00 a 8 640.00 CUC anual. A este ingreso se le adicionan las ventas por visitantes eventuales, estimadas en 1 000.00 CUC y un monto de 400.00 CUP, en visitas de clientes eventuales nacionales.

### **1.3 Oferta educativa de la imprenta**

El producto sociocultural de la imprenta, desarrollado como una oferta educativa, permitirá transmitir a los alumnos y al público en general la historia de la imprenta (desde su invención, realizada por Gutenberg, hasta la actualidad) y su protagonismo en las transformaciones sociales, económicas y culturales del territorio moronense, así como las antiquísimas técnicas y métodos empleados en su producción.

Para desarrollar esta oferta será necesario: profundizar en el conocimiento de la historia de las imprentas que existieron en el municipio y de sus publicaciones; rescatar, adquirir, preservar y restaurar objetos y materiales de valor patrimonial; así como obtener las memorias que aún conservan los pobladores, para acrecentar, exponer y difundir el patrimonio cultural del municipio. Además, se deberá crear un espacio didáctico sobre la evolución de los medios de impresión y promover actividades de extensión, para que la comunidad reconozca el papel histórico de los medios de impresión en la comunicación social.

La oferta educativa del museo de la imprenta puede ser incluida en el sistema educacional del municipio, de forma optativa, mediante la preparación de profesores y alumnos en esta temática extracurricular. Resulta conveniente que los alumnos, antes de la visita guiada, reciban información sobre lo que observarán, y que después realicen tareas relacionadas con lo observado.

Dicha oferta contribuye, en el caso de niños y jóvenes, con el desarrollo de la responsabilidad en el cuidado de los materiales docentes, ya que observan cómo estos se fabrican. También posibilita que el estudiante se identifique con los valores patrimoniales materiales e inmateriales, al relacionarse con equipos y máquinas legendarias durante el proceso productivo.

### **1.4 Servicios de impresión y fotocopias**

Actualmente, la imprenta ofrece servicios a entidades estatales y a la población, los cuales cobra en CUP y en CUC. A la oferta existente se le adicionan nuevos servicios, a partir de la adquisición de una máquina moderna digital a color.

### **1.5 Punto de venta**

Tal y como demuestra el éxito de las tiendas de los museos más importantes del mundo, un punto de venta de productos informativos y de artesanía popular, como servicio complementario en la oferta de la imprenta, es una gran oportunidad para la obtención de ingresos.



El punto de venta estará destinado a la comercialización de productos elaborados por la imprenta y por otros talleres de la propia empresa, en ambas monedas. Entre los productos se encuentran: mapas, plegables, sueltos, folletos, libretas, agendas, calendarios, imágenes gráficas, artesanías e información sociocultural que identifique la ciudad y el territorio.

Se estima un ingreso promedio anual, por la venta de productos artesanales e información, de 1 500.00 CUC, teniendo en cuenta un ingreso de 0.25/pax por visitante en excursiones. A este ingreso se le adiciona un considerable monto en CUP por la venta de artículos de interés a la población.

Los ingresos que debe aportar este punto de venta dependen del presupuesto planificado, las temporadas turísticas, la diversidad de ofertas y la gestión comercial de la entidad.

### **1.6 Inserción de la oferta sociocultural de la imprenta en los recorridos a la ciudad**

Las excursiones seleccionadas fueron Morón Media Jornada, Morón Plus y Cuba: Azúcar, Tabaco & Ron, por ser las más vendidas (1 412 excursiones, 4 426 pax y más de 193 638 CUC durante los últimos años). Además, en estas se recorre la ciudad de Morón y se pasa obligatoriamente por la imprenta, por lo que se podría realizar una parada de 30 a 40 minutos, durante el tiempo libre previsto.

### **1.7 Proyecto de IMDL Mejoras tecnológicas en la imprenta Roberto Rodríguez del municipio Morón, para la prestación de servicios poligráficos a la población y al turismo**

El objetivo del proyecto es crear un museo «vivo», en el que se reúna la historia de la imprenta en Morón y se conserve su patrimonio industrial activo. Por tales motivos, se realizará una nueva ambientación del local (reparación y mantenimiento), así como mejoras tecnológicas (nuevos equipos) que permitirán ofrecer nuevos y mejores servicios poligráficos, tanto a empresas del territorio como a la población. Este museo se podría convertir en un atractivo turístico que generaría importantes ingresos.

## **Discusión**

En la actualidad, aumenta el número de personas e instituciones que reconocen el valor que poseen los testimonios y los bienes inmateriales, así como su potencial educacional, recreativo y cultural, ya que se carece casi por completo de ellos (Piedrahita, 2005; TICCIH, 2016). El turismo industrial persigue el pasado fabril y valora la sucesión de los distintos cambios productivos y técnicos. Además, es muy específico, por lo que pretende conocer elementos diferentes y se centra en los vestigios de los siglos XIX y XX y en las visitas a industrias que permanecen en funcionamiento, en las cuales se explica la fabricación de un determinado producto, así como sus métodos, técnicas y procedimientos, tal vez en desuso a escala internacional (Pardo, 2011).

Teniendo en cuenta lo planteado anteriormente, se aplicó el criterio de especialistas para valorar la propuesta en cuanto a la concepción teórica, el diseño, las potencialidades turísticas y la efectividad que se espera alcanzar a partir de su inserción en las excursiones organizadas por las AA.VV. y otros visitantes.

Se consideró el criterio de 15 especialistas de reconocida actividad profesional, con más de 15 años de experiencia: 11 del sector del turismo, relacionados con la comercialización, el diseño y el desarrollo de productos turísticos; y 4 vinculados a la cultura y al desarrollo local del municipio. De ellos, 9 son Máster en Ciencias.

Cada especialista entregó por escrito las bondades e insuficiencias que pudiera presentar la oferta durante su introducción, desarrollo y posicionamiento en el mercado, a partir de los diferentes aspectos por evaluar, con el empleo de una escala del 1 (incumplimiento) al 5 (cumplimiento total). La puntuación promedio de la evaluación fue 4.4 puntos (media ponderada); el índice de oferta, 4.3; y el de demanda, 4.4 puntos. Esta valoración demostró que la oferta es aceptada, pero que existen aspectos que se pueden mejorar. El puntaje obtenido, según la oferta, fue el siguiente: motivador de viaje: 3.5, singularidad: 4.7, grado de conservación: 3.8, accesibilidad: 4.5, autenticidad: 4.8, multiplicidad de actividades: 4.5, y coherencia en el diseño: 4.5. En cuanto a la demanda: comercialización potencial: 4.3, estacionalidad: 4.9, cuota del mercado: 4.3, imagen proyectada en el mercado: 4.1, y relación calidad/precio: 4.7.

### **Conclusiones**

1. La creación de un museo «vivo», que ofrezca servicios de impresión gráfica, contribuirá con el intercambio sociocultural de las actuales y futuras generaciones.
2. La gestión del patrimonio, a través de proyectos de IMDL, favorece el desarrollo de productos y ofertas turísticas.
3. La oferta turística Imprenta Roberto Rodríguez del municipio de Morón contribuye con la conservación y preservación del patrimonio industrial, y con el desarrollo de la localidad, ya que genera considerables ingresos y diversifica la oferta extrahotelera del destino Jardines del Rey.

### **Referencias bibliográficas**

- Albuquerque, F. Desarrollo económico local y descentralización en América Latina. *Revista de la CEPAL*. 82: 157-171, 2004. Disponible en:  
[http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/10946/082157171\\_es.pdf?sequence=1](http://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/10946/082157171_es.pdf?sequence=1) [10/6/16].
- Izquierdo, H. El desarrollo endógeno como una utopía o como una propuesta real. Tesis (en opción al grado científico de Doctor en Ciencias). Vicerrectorado Académico Coordinación General de

- Investigación y Postgrado. Centro de Investigaciones Gerenciales de Guayana, Universidad Nacional Experimental de Guayana, 2015. 323 h.
- MINTUR. Estadísticas ONE. Ciego de Ávila: MINTUR Ciego de Ávila, 2015a.
- MINTUR. Ciclo de vida del destino Jardines del Rey. Morón: Centro de Capacitación para la Formación del Turismo Ciego de Ávila, 2015b.
- Pardo Abad, C. J. La reutilización del patrimonio industrial como recurso turístico. Aproximación geográfica al turismo industrial. *Revista de la Sociedad Catalana de Geografía*. 57: 7-32, 2004. Disponible en: <http://publicacions.iec.cat/repository/pdf/00000019/00000023.pdf> [10/2/16].
- PCC. Política Económica y Social. VII Congreso del Partido Comunista de Cuba. La Habana, Cuba. 28 de abril de 2016. 32 p.
- Piedrahita G. C. L. La Imprenta Patriótica del Instituto Caro y Cuervo Museo «Vivo» y Patrimonio Histórico y Cultural de la Nación. *Sociología de la industria y del trabajo*. XXXII 60: 68-83, julio-diciembre 2005. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=79106006> [5/12/2015].
- TICCIH. Carta de Nizhny Tagil sobre el Patrimonio. Nizhny Tagil. 17 de julio de 2003. 7 p. Disponible en: <http://www.icomos.org/18thapril/2006/nizhny-tagil-charter-sp.pdf> [10/3/16].
- TICCIH. Coloquio latinoamericano de patrimonio industrial con nuevas miradas a la industria y sus espacios. 10 de enero de 2016. Disponible en: <http://ticcih.es/la-habana-14-a-16-marzo-2016-se-celebra-el-8o-coloquio-latinoamericano-de-patrimonio-industrial-con-nuevas-miradas-a-la-industria-y-sus-espacios> [10/2/16].
- Toscano Sánchez, F. Desarrollo Local y Economía Social. En *Desarrollo Local: manual de Uso*. Madrid, España: Editorial ESIC 2000. Capítulo XIV. 445-470 p. Disponible en: [https://books.google.com.cu/books?id=ocex43\\_9kN8C&pg=PA445&lpg=PA445&dq=Toscano%2BSanchez%2BDesarrollo&source=bl&ots=Ti0l8t\\_wqq&sig=HrSRPjBB2kFmWOW3ZvfMPfPBibE&hl=es&sa=X&redir\\_esc=y#v=onepage&q=Toscano%2BSanchez%2BDesarrollo&f=false](https://books.google.com.cu/books?id=ocex43_9kN8C&pg=PA445&lpg=PA445&dq=Toscano%2BSanchez%2BDesarrollo&source=bl&ots=Ti0l8t_wqq&sig=HrSRPjBB2kFmWOW3ZvfMPfPBibE&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=Toscano%2BSanchez%2BDesarrollo&f=false) [13/3/13].
- Vázquez Barquero, A. Desarrollo Económico Local: del diagnóstico a la acción. En *Tercer Encuentro Internacional de Programas de Posgrado en Desarrollo Local*. Universidad Michoacana San Nicolás de Hidalgo, Mexico: UDUAL Press, 18 de abril de 2015. 4 p. Disponible en: <http://www.conectadel.org/rotador/celebran-tercer-encuentro-internacional-de-programas-de-posgrado-en-desarrollo-local-en-mexico/> [5/5/16].
- Vázquez Barquero, A. y Rodríguez Cohard, J. C. La política de desarrollo local: los desafíos de los territorios de desarrollo tardío. *Ciudad y Territorios. Estudios Territoriales*. XLVII Cuarta

Época, 186: 5-22, 2015. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=5303019>  
[8/4/16].

Villasante Rodríguez, T. P. Desbordes creativos: estilos y estrategias para la transformación social.  
1ra edición. Madrid: Editorial La Catarata, 2006. 432 p.

Recibido el 8 de julio de 2016

Aceptado el 12 de julio de 2016