

ANEXO Nro. 1: Informe de actividades y aseguramientos para la aplicación del procedimiento

Nro.	Actividades	Objetivos	Aseguramientos	Fecha
1.	Reuniones con la alta dirección y mandos intermedios.	Exponer el procedimiento que se propone, compatibilizar las necesidades y resultados a esperar, y lograr el compromiso con el proyecto.	<ul style="list-style-type: none"> - Salón de reuniones. - Computadora. - Agua y té - Pizarra y materiales de oficina 	Marzo/ 09
2.	Trabajos grupales y entrevistas con los trabajadores del sector turístico. (Anexo. 1)	Exponer el procedimiento que se propone y reafirmar el compromiso para con la mejora de opcionales.	<ul style="list-style-type: none"> - Local para el trabajo grupal y entrevistas. - Computadora. - Agua y té - Pizarra y materiales de oficina 	Marzo-abril/09
3.	Conformación de los grupos de trabajo para la implementación del procedimiento.	Reafirmar el compromiso con el proyecto que se propone y su aplicación.	<ul style="list-style-type: none"> - Salón de reuniones. - Computadora. - Agua y té 	Marzo/09
4.	Revisión documental sobre las principales actividades y escenarios del producto turístico	Obtener información para el diagnóstico de las opcionales en el producto turístico Las Tunas y conocer las características demográficas y socioeconómicas de los individuos.	<ul style="list-style-type: none"> - Local adecuado para la revisión. - Inventario de atractivos y opcionales turísticas. - Informe sobre estudios de mercado realizados en el último quinquenio. - Actas de los consejos de dirección. 	Marzo-abril/09
5.	Entrevistas a directivos, Agencias de Viajes (AA.VV) y Turoperadores (TT.OO) ver Anexo. 2	Obtener información sobre la motivación desde la atracción, nivel de relación entre el cliente y la sociedad, la saturación en las opcionales; así como distancias a recorrer y medios de transporte más demandados.	<ul style="list-style-type: none"> - Materiales de oficina. - Locales adecuados para las entrevistas. - Documentos, Trabajos investigativos y Tesis de maestrías que se refieran a la motivación desde la atracción, nivel de relación entre el cliente y la sociedad, la saturación en las opcionales; así como distancias a recorrer y medios de transporte más demandados. 	Abril-mayo/09
6.	Entrevistas y encuestas a clientes externos. (Anexo. 14)	Obtener información sobre la motivación desde la atracción, y el nivel de satisfacción de los clientes.	<ul style="list-style-type: none"> - Materiales de oficina. - Local para reunir a los encuestadores y explicarles la necesidad e importancia del estudio. 	Abril-Junio/09
7.	Trabajo Grupal con el equipo operativo del proyecto. (Anexo. 5)	Elaboración del Árbol de Problemas.	<ul style="list-style-type: none"> - Local para el trabajo grupal. - Computadora. - Pizarra y materiales de oficina - Agua y Té 	Junio-julio/09
8.	Talleres de trabajo con la alta dirección y mandos intermedios.	Intercambiar información y experiencias con la alta dirección y mandos intermedios para lograr consenso en la forma de aprovechar las oportunidades de desarrollo de las opcionales en el producto turístico	<ul style="list-style-type: none"> - Local para el trabajo grupal. - Computadora. - Pizarra y materiales de oficina - Agua y Té 	Julio/09

9.	Trabajo Grupal con los trabajadores del sector turístico.	Dar a conocer los resultados alcanzados con el Árbol de Problemas.	<ul style="list-style-type: none"> - Local para el trabajo grupal. - Computadora. - Pizarra y materiales de oficina - Agua y Té 	Julio/09
10.	Trabajo Grupal con el equipo operativo del proyecto.	Proyectar el desarrollo de las opcionales en el producto turístico considerando la complejidad de las acciones, partiendo del Árbol de Objetivo de las opcionales en el producto turístico, según Anexo. 5	<ul style="list-style-type: none"> - Local para el trabajo grupal. - Computadora. - Pizarra y materiales de oficina - Agua y Té 	Julio/09
11.	Talleres de trabajo con la alta dirección y mandos intermedios.	Aprobación final e inclusión de las actividades en los planes de trabajo y proyecciones de la organización	<ul style="list-style-type: none"> - Local para el trabajo grupal. - Computadora. - Pizarra y materiales de oficina - Agua y Té 	Septiembre/09
12.	Trabajo Grupal con los trabajadores del sector turístico.	Presentar a los clientes internos el Árbol de Objetivos para su información y comprensión en función del desarrollo de las opcionales turísticas.	<ul style="list-style-type: none"> - Local para el trabajo grupal. - Computadora. - Pizarra y materiales de oficina - Agua y Té 	Septiembre/09
13.	Talleres de trabajo con la alta dirección del sector.	Elaborar el Plan de acciones para la mejora de las opcionales turísticas.	<ul style="list-style-type: none"> - Local para el trabajo grupal. - Computadora. - Pizarra y materiales de oficina - Agua y Té 	Septiembre-octubre/09
14.	Talleres de trabajo con los mandos intermedios	Intercambiar del plan de acciones para el desarrollo de las opcionales.	<ul style="list-style-type: none"> - Local para el trabajo grupal. - Computadora. - Pizarra y materiales de oficina - Agua y Té 	Octubre/09
15.	Talleres de trabajo con los clientes internos del producto turístico	Intercambiar la proyección de desarrollo de las opcionales	<ul style="list-style-type: none"> - Local para el trabajo grupal. - Computadora. - Pizarra y materiales de oficina - Agua y Té 	Septiembre-octubre/09
16.	Visita a Puerto Padre y Covarrubias.	Conocer las principales opcionales y servicios que se prestan.	<ul style="list-style-type: none"> - Transporte 	Marzo-Julio/09
17.	Visita a Cayo Rabihorcado, Monte Cabaniguán.	Conocer las principales opcionales y servicios que se prestan.	<ul style="list-style-type: none"> - Transporte 	Marzo-Julio/09
18.	Visita a la Isleta de Manatí.	Conocer las principales opcionales y servicios que se prestan.	<ul style="list-style-type: none"> - Transporte 	Marzo-Julio/09
19.	Visita a las principales entidades e instalaciones del sector turístico y otras organizaciones relacionadas con la investigación (Oficina del Historiador y Patrimonio, Dirección Provincial y	Conocer las principales opcionales y servicios que se prestan, así como atractivos culturales e históricos y los Planes y estrategias para el desarrollo del turismo en Las Tunas	<ul style="list-style-type: none"> - Transporte 	Marzo- Julio/09

Municipal de Planificación Física)

ANEXO Nro.2: Entrevista a Directivos, representantes de Agencias de Viaje, Turoperadores y clientes internos.

Entrevista a Directivos, representante de AA.VV y clientes internos del sector turístico

Objetivo: Conocer la percepción que tienen los directivos del sector turístico en la provincia sobre la motivación desde la atracción, nivel de relación entre el cliente y la sociedad, así como distancias a recorrer y medios de transporte más demandados.

Cuestionario:

1. Desde su percepción, ¿Cuáles son las razones (los atributos) que motivan o atraen a los clientes elegir el Producto Turístico Las Tunas?

Intención: Conocer la percepción de los representantes sobre las necesidades de los clientes que pagan por el Producto Turístico Las Tunas.

2. Dada su experiencia, ¿Cuál sería el tipo o modalidad de opcionales más exitosas en Las Tunas? (elijá sólo una):

- Lúdicas (diversión y descanso)
- Ambientales-Ecológicas (encuentro con la naturaleza)
- Creativas (expresión artística y/o receptiva)
- Festivas (celebración de acontecimiento)
- Deportivas (forma física)
- Solidarias (acciones realizadas de forma desinteresadas en las comunidades)

Explique las razones de su selección.

Intención: Conocer la percepción de los representantes sobre los tipos de opcionales a desarrollar en el Producto Turístico Las Tunas.

3. Sobre la misma elección del tipo o modalidad de opcional seleccionada en la pregunta 2, ¿Cuáles serían las actividades a implementar y el escenario donde realizarla para aumentar el tiempo de estancia y el nivel de gasto en la opcional elegida en el Producto Turístico Las Tunas?

Intención: Conocer cómo (actividades y escenarios) aumentar el nivel de gasto en la opcional elegida en el Producto Turístico Las Tunas.

4. Desde su visión, ¿Cuáles son los puntos fuertes y de éxito de las opcionales que se ofrecen en el Producto Turístico Las Tunas?

Intención: Descubrir las fortalezas y oportunidades de las opcionales en el Producto Turístico Las Tunas

5. ¿Cuáles son los puntos que se pudiesen mejorar en las opcionales que se ofrecen en el Producto Turístico Las Tunas?

Intención: Descubrir los puntos de mejoras a partir de las debilidades y amenazas de las opcionales en el Producto Turístico Las Tunas.

6. ¿Qué tipo de relación predomina entre los turistas y los pobladores locales? (seleccione una):

- Relaciones personales no familiares
- Relaciones familiares
- Relaciones entre grupos de turistas y grupos de pobladores locales
- Relación con el medio ambiente
- Relaciones consigo mismo

Comente cómo mejoraría esa relación entre el cliente y los pobladores locales

En el tipo de relación seleccionada anteriormente, ¿cuáles de los siguientes valores predominan? (seleccione de 1 a 3 valores):

- Subsistencia
- Protección
- Afecto
- Entendimiento
- Participación
- Creación
- Identidad

Intención: Conocer el tipo de relaciones predominante entre los visitantes y los visitados en el Producto Turístico Las Tunas

7. ¿Cuáles son los medios de transporte más solicitados y las distancias a recorrer por nuestros clientes?

Intención: Conocer la percepción de los representantes sobre los medios de transporte más demandados y la preferencia de los clientes por las distancias a recorrer

8. ¿Cuáles son las principales inconformidades de los clientes con los servicios que se ofrecen en el desarrollo de las opcionales?

Intención: Conocer las principales inconformidades de los clientes.

9. ¿Cómo caracterizaría el cliente típico de las opcionales del producto turístico de Las Tunas:

Sexo predominante: Hombre Mujer

Edad predominante entre: 15 y 25

25 y 40

40 y 50

más de 50

Prefieren viajar: Solos: Con su familia: Con amigos:

Prefieren hospedarse en: Hotel Covarrubias

Hotel Las Tunas

Hotel Cadillac

Casa de renta

Casa de familia o amigos

Intención: Conocer la percepción de los directivos del sector turístico sobre estas preferencias y características de los clientes

10. ¿Le hacen comentarios o sugerencias sus clientes en cuanto al servicio que oferta? (Solo para representantes de las AA.VV)

Intención: Conocer otras percepciones no abordadas en este cuestionario

Nombre y Apellidos: _____ Cargo: _____

_____ Agencia: _____

Solo para los clientes internos del sector turístico

11. Mencione 5 palabras claves con las que Usted definiría una "opcional turística" en el contexto del Producto Turístico Las Tunas?

Intención: Conocer la conceptualización de los trabajadores sobre las opcionales, a partir de las palabras claves de sus discursos y como asocian esos conceptos a los servicios que se prestan.

-
-
-
-
-

12. Desde su percepción, ¿Cuáles son los motivos principales que llevan a los clientes a comprar una opcional?

Intención: Conocer la percepción que existe sobre esta variable específica valorada en la encuesta.

13. ¿Cómo valora Ud. la publicidad y promoción que se la hecho al Producto Turístico y sus opcionales?

Intención: Conocer la percepción que existe sobre esta variable específica valorada en la encuesta.

Área o Departamento al que pertenece: _____

Cargo o Función: _____

ANEXO Nro. 3: Guía para la realización de la dinámica de grupo.

Se realiza con la participación de los trabajadores del sector turístico en la provincia de Las Tunas, entre ellos: Trabajadores de Palmares, Caracol, Havanatur, Infotur y Cubatur con el objetivo de obtener información sobre la motivación desde la atracción, nivel de relación entre el cliente y la sociedad, la saturación en las opcionales; así como distancias a recorrer y medios de transporte más demandados y reafirmar el compromiso para con la mejora de opcionales a través de los atributos esenciales para los clientes, a partir del procedimiento propuesto. La dinámica de grupo debe basarse en el principio de la participación, asumiendo las reglas de trabajo en grupo y sobre los principios de la oportunidad, la objetividad, la veracidad y la claridad. Se emplea el método interactivo contando con un facilitador, registrador y controlador del tiempo, además de los miembros del grupo y la tormenta de ideas.

Los aspectos a determinar son:

¿Cuáles son los problemas que se manifiestan en el desarrollo de las opcionales y que afectan los resultados del sector turístico en la provincia?

Las respuestas estarán dirigidas a los siguientes aspectos:

Elección-Motivación/Atracción de la opcional

1. ¿Cuáles son los atributos que más atraen a los clientes para elegir el Producto Turístico Las Tunas?
2. ¿Cuál sería el tipo o modalidad de opcionales más exitosas en Las Tunas? Explique las razones de su elección):
 - __Lúdicas (diversión y descanso)
 - __Ambientales-Ecológicas (encuentro con la naturaleza)
 - __Creativas (expresión artística y/o receptiva)
 - __Festivas (celebración de acontecimiento)
 - __Deportivas (forma física)
 - __Solidarias (acciones realizadas de forma desinteresadas en las comunidades)
3. Sobre la misma elección del tipo o modalidad de opcional seleccionada ¿Cuáles serían las actividades a implementar y el escenario donde realizarla para aumentar el tiempo de estancia y el nivel de gasto en la opcional elegida en el Producto Turístico Las Tunas?
4. En relación a otros Productos o Destinos Turísticos, ¿Los clientes valoran las opcionales ofertadas: Más caras, más baratas o igual?

Actividad/Escenario de la opcional

1. Nos referimos ahora al escenario donde se pueden realizar opcionales en el producto turístico Las Tunas, ¿Por cuál de los escenarios optarían los clientes?
2. ¿Qué tipo de actividades físicas realizan los clientes con mayor frecuencia en el desarrollo de las opcionales?

Valores/Relaciones sociales

1. ¿Los clientes prefieren disfrutar las opcionales: solos, con la familia o con un grupo de amigos o compañeros?
2. Nos gustaría saber, ¿Qué tipo de relación predomina entre los turistas y los pobladores locales? ¿Cómo mejoraría esa relación entre el cliente y los pobladores locales?
 - __Relaciones personales no familiares
 - __Relaciones familiares
 - __Relaciones entre grupos de turistas y grupos de pobladores locales
 - __Relación con el medio ambiente
 - __Relaciones consigo mismo
3. En el tipo de relación seleccionada anteriormente, ¿cuáles de los siguientes valores predominan?
 - __Subsistencia
 - __Protección

- __ Afecto
- __ Entendimiento
- __ Participación
- __ Creación
- __ Identidad

Distancias a recorrer/Medios de transporte

1. ¿Qué distancia prefieren recorrer los clientes desde donde se alojan hasta la opcional?
- Menos de 10 Km.
 - Alrededor de 25 Km.
 - Alrededor de 50 Km.
 - Alrededor de 100 Km.
 - Alrededor de 300 Km.
 - Más de 400 Km.
 - Otro, ¿cuál?

2. ¿Qué medio/s de transporte prefieren los clientes para trasladarse al lugar donde está la opcional?

- Automóvil rentado.
- Ómnibus de 8 a 11 asientos
- Ómnibus de 16 a 24 asientos
- Ómnibus de 29 a 40 asientos
- Ómnibus de más de 40 asientos
- Barco, yate, catamarán
- Tren
- Avión
- Otro, ¿cuál?

Saturación de la opcional

1. En lo que respecta a la cantidad de personas, ¿Cómo le gustaría las opcionales a los clientes en una escala de baja, media y alta?
2. ¿Existen suficientes medios turísticos en el desarrollo de las opcionales?
3. ¿Los clientes en el desarrollo de la opcional mayoritariamente prefieren una atmósfera muy relajada, algo relajada o bulliciosa?

ANEXO Nro. 4: Guía de observación

➤ Relaciones sociales

Los clientes prefieren disfrutar las opcionales:

Solos ___ Con la familia ___ Con grupo de amigos o compañeros ___

En el desarrollo de una opcional existe entre el cliente y el trabajador:

Entendimiento ___ Buena comunicación ___ Afecto ___ Protección ___ Participación ___

El cliente al visitar las opcionales prefiere:

Conocer la cultura y forma de vida de los pobladores ___

Conocer gente nueva y relacionarse con ella ___

Integrarse en la vida y actividades de las poblaciones locales ___

➤ Saturación de la opcional

En lo que respecta a los medios turísticos en las opcionales existen:

Apenas los medios turísticos necesarios ___

Existen algunos medios turísticos ___

Existen muchos medios turísticos ___

Existen medios turísticos desarrollados ___

En lo que respecta a la cantidad de personas:

Hay solo unas personas alrededor ___

Hay un número moderado de personas alrededor ___

Hay una gran cantidad de personas alrededor ___

En lo que respecta a la atmósfera:

La atmósfera es muy relajada ___

La atmósfera es algo relajada ___

La atmósfera es bulliciosa ___

En lo que respecta al confort de las opcionales:

Climatización

Adecuado ___ parcialmente adecuado ___ No adecuado ___

Disposición de los productos

Adecuado ___ parcialmente adecuado ___ No adecuado ___

Limpieza

Adecuado ___ parcialmente adecuado ___ No adecuado ___

Armonía y tranquilidad

Adecuado ___ parcialmente adecuado ___ No adecuado ___

Cortesía y amabilidad

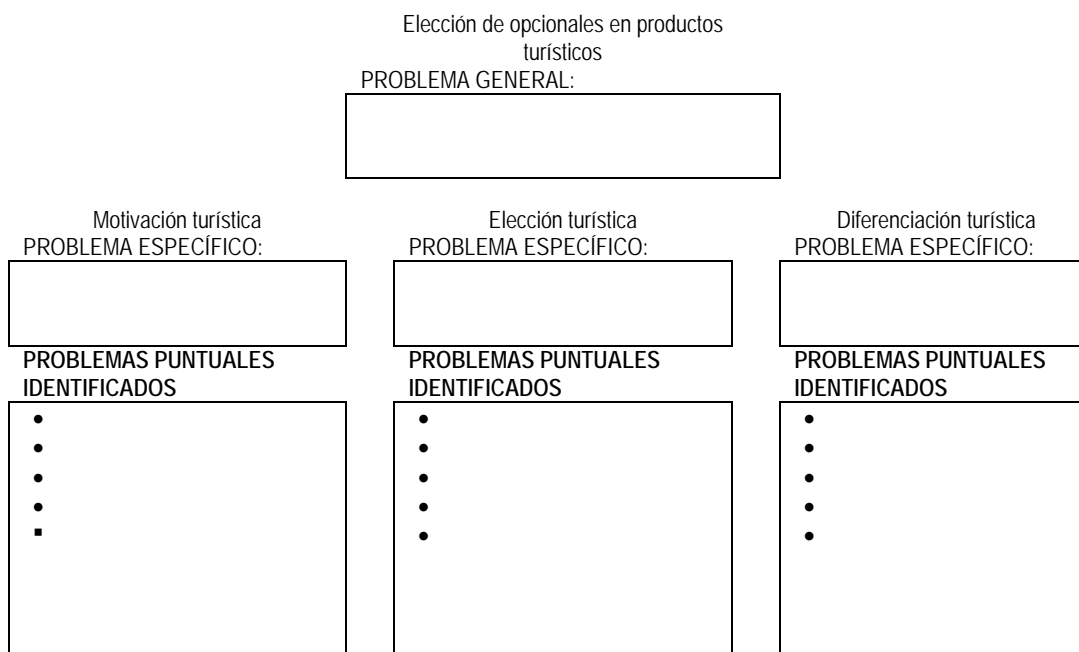
Adecuado ___ parcialmente adecuado ___ No adecuado ___

Profesionalidad en la gestión

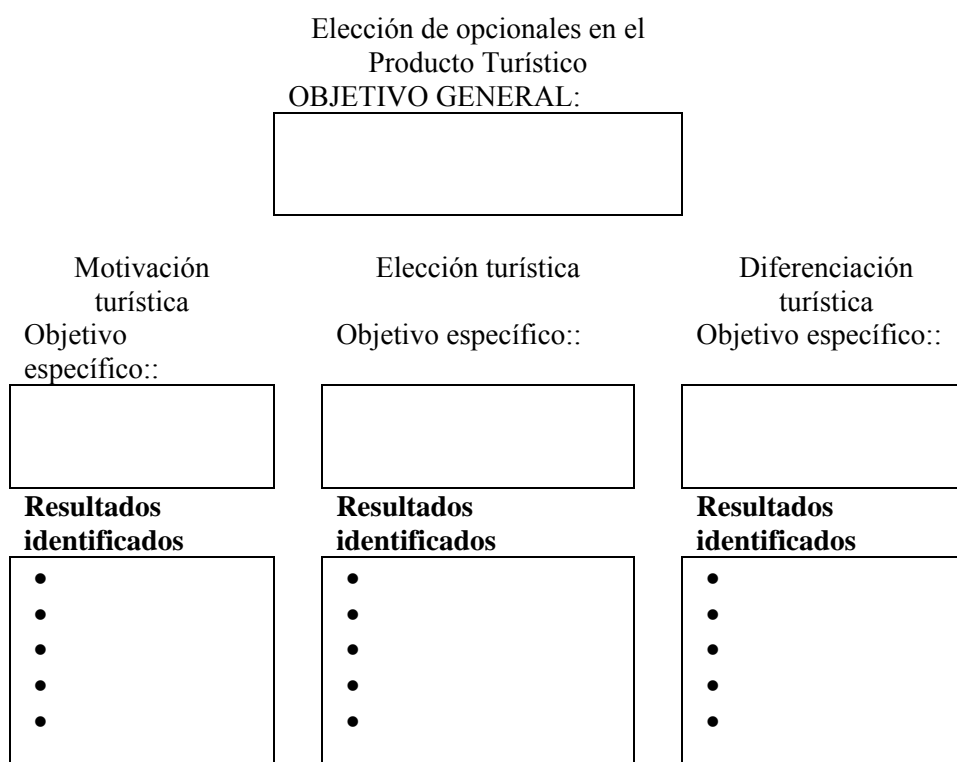
Adecuado ___ parcialmente adecuado ___ No adecuado ___

ANEXO Nro 5. Trabajo grupal para elaborar el Árbol de Problemas y el Árbol de Objetivos.

Con los resultados de los Pasos II.1, II.2 y II.3, así como el resto de los elementos abordados en la Etapa II de la Fase I se construye el Árbol de Problema de las opcionales en el producto turístico, conceptualizándose los problemas y se derivan en función de los atributos esenciales del cliente con la participación de la alta gerencia de la organización.



A partir del Árbol de Problema de las opcionales en el producto turístico, se deriva el Árbol de Objetivos en función de los problemas y atributos esenciales del cliente con la participación de la alta gerencia de la organización.



ANEXO Nro. 6: Evaluación acumulativa del Plan de acción para la mejora de las opcionales en el producto turístico “Las Tunas”

Monitoreo: *El monitoreo es el primer momento de la evaluación al que será sometido el proyecto de mejora, a partir de su planificación, aquí se centra la atención en detectar las dificultades que surjan en la implementación y ejecución de lo programado.*

Algunos Indicadores de Monitoreo:

<p><i>Indicadores de Desviación del Plan</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> Indicadores de ejecución de las actividades según lo planificado % de ejecución de actividades % del gastos de actividades ejecutadas en relación al total planificado Desviación del plan y sus causas Accionar del grupo meta Indicadores de las variables que causan los desvíos del Plan Riesgos que afecta la actividad Tendencia del riesgo en el hasta el período que finaliza el proyecto Estrategias para mitigar el efecto del riesgo Valoración del grupo meta Indicadores de desempeño de la gerencia del Proyecto Evaluación del desempeño de la gerencia Efectividad de la adecuación del proyecto en su implementación Revisión de la documentación de control del proyecto Participación del grupo meta en la gestión del proyecto
<p><i>Indicadores del análisis dinámico</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> Indicadores de impacto de los desvíos en el propósito del proyecto y la mejora del las opcionales Adecuación del resultado ante el riesgo y su influencia en el propósito Costos económicos y sociales del desvío de la actividad Conocimiento y acción del grupo meta Indicadores del Plan de acción a seguir para minimizar la incidencia de las causas de los desvíos Evaluación del Plan de acción a seguir para la adecuación del proyecto Participación del equipo de trabajo en la elaboración del Plan de acción Indicadores de recursos internos y externos para la implementación del Plan de acción Recursos internos y externos necesarios para la adecuación Impacto en los recursos de los costos de la adecuación Accionar del equipo de trabajo

Evaluación de proceso: *La evaluación de proceso centra su atención en cómo funciona el proyecto de mejora, haciendo hincapié en los problemas de entrega de las mejoras. En la evaluación de proceso además del cuánto nos interesa también el cómo del proyecto, es ver las actividades en su proceso de ejecución e implementación.*

Algunos Indicadores de Proceso

<p><i>Indicadores de Implementación de Procesos</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> Indicadores de documentación de los procesos Documentación elaborada Procesos documentados Procesos no documentados Participación del grupo meta Indicadores del Plan de acción para la implementación de los procesos Capacitación sobre el desarrollo del proceso Evaluación del Plan de acción para la implementación de procesos
---	---

*Indicadores de
Ejecución de
Procesos*

Participación del equipo de trabajo en la elaboración del Plan de acción.
Indicadores de implementación de los procesos
Adecuaciones en la implementación del proceso
Aprendizajes en la implementación de procesos
Participación del equipo de trabajo en la implementación del proceso

Indicadores de ejecución de los procesos
Procesos implementados
Calidad de los procesos
Participación del equipo de trabajo.
Indicadores de las causas que hacen desviar lo establecido en los procesos
Causas que provocan el desvío
Accionar del equipo de trabajo.
Indicadores de mejora de los procesos
Procesos mejorados
Participación del equipo de trabajo.

Evaluación costo-beneficio: *Se estima la relación entre los costos (monetarios o no monetarios) del proyecto y los beneficios que se producen.*

Indicadores del Costo-Beneficio

*Indicadores de
Costo-Beneficio*

Indicadores de Eficiencia
Indicadores de Eficacia
Indicadores de Efectividad

ANEXO Nro.7. Evaluación acumulativa del Plan de acción para la mejora de las opcionales en el producto turístico “Las Tunas”

Evaluación de impacto: La evaluación de impacto es la más completa y compleja valoración de los proyectos, trata de identificar la constancia y la evolución contextual de las acciones ejecutadas, en relación con:

- 1.Lo que queda del proyecto tanto en los recursos circundantes como en desarrollo del producto una vez que cese.**
- 2.La evolución personal, grupal y comunitaria lograda por la mejora y describir cual es la relación de ellas con la meta de la organización.**

Indicadores de impacto:

<i>Indicadores de Desarrollo de las opcionales</i>	Indicadores de ejecución de Proyectos
	<ul style="list-style-type: none">• Cantidad de los Proyectos de acciones ejecutadas• Calidad de los Proyectos y de las acciones ejecutadas• Resultados obtenidos en el entorno físico y en el staff de las opcionales
	Indicadores de participación en el proyecto del staff de las opcionales
<i>Indicadores de Activación de Actores</i>	<ul style="list-style-type: none">• Grado de participación del staff de las opcionales en el proyecto• Iniciativas del staff de las opcionales para el desarrollo del producto• Compromiso y responsabilidad para con el proyecto• Deber y poder incidir en el desarrollo del producto• Caracterización de los conflictos generados
	Indicadores de implementación de los procesos
	<ul style="list-style-type: none">• Calidad de los procesos implementados• Cantidad de procesos mejorados
<i>Indicadores de Activación de Actores</i>	Indicadores de activación del staff de las opcionales para su desarrollo
	<ul style="list-style-type: none">• Participación en el desarrollo de las opcionales del staff antes y después de la mejora• Cambio en el desempeño del staff de las opcionales• Interacción con otros actores del producto
	Indicadores de activación de otros actores de las opcionales para su desarrollo como producto
<i>Indicadores de Activación de Actores</i>	<ul style="list-style-type: none">• Redes primarias, secundarias y terciarias• Tipología de las redes• Densidad de las redes sociales• Grados e identificación de nodos y líderes• Caracterización de los objetivos comunes de la red
	Indicadores de cooperación entre los actores de un espacio social
	<ul style="list-style-type: none">• Actores sociales en cooperación• Campos de cooperación identificados• Aprendizajes significativos de los actores en cooperación

ANEXO Nro. 8: Encuesta para determinar el coeficiente de competencia del experto

Usted ha sido seleccionado como posible experto para ser consultado respecto al proceso de formación de la imagen de un producto o destino turístico como la fase más importante en el proceso de elección; así como la necesidad de obtener información sobre la significación de algunos comportamientos y determinantes individuales de elección turística de opcionales en Las Tunas, que apoye la toma de decisiones, en aras de fomentar las ventajas competitivas.

En este caso estamos desarrollando la investigación “Procedimiento para caracterizar y obtener información sobre comportamientos y determinantes individuales de elección de opcionales en el producto turístico Las Tunas” y hemos considerado valorar la posibilidad de que nos colabore y seleccionarlo entre los expertos a consultar.

Necesitamos antes de realizarle la consulta correspondiente, como parte del método empírico de investigación “Consulta a Expertos”, determinar su coeficiente de competencia en este tema, a los efectos de reforzar la validez del resultado de la consulta que realizaremos. Por esa razón le rogamos que responda las siguientes preguntas de la forma más objetiva que le sea posible.

1. Marque con una cruz (x), en la tabla siguiente, el valor que le corresponda con el grado de conocimiento que usted posee del tema: “El proceso de elección de productos turísticos” vinculado con la actividad turística.

(Considere que la escala que le presentamos es ascendente, es decir el conocimiento sobre el tema referido va creciendo desde cero (0) hasta diez (10):

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

2. Realice una autovaloración del grado de influencia que cada una de las fuentes que le presentamos a continuación ha tenido en su conocimiento y criterios sobre las variables que hemos puesto a consideración. Para ello marque con una cruz(x), según corresponda, A(alto), M (medio), B (bajo).

Fuentes de argumentación	Grado de influencia de cada una de las fuentes		
	A (alto)	M (medio)	B (bajo)
Análisis teóricos realizados por usted			
Trabajos consultados de autores nacionales			
Trabajos consultados de autores extranjeros			
Experiencia obtenida			
Su propio conocimiento del estado del problema en el extranjero			
Su intuición			

3. DATOS PERSONALES.

3.1 Nombre y apellidos: _____ Cargo que ocupa: _____

3.2 Nivel en que labora.

Organismo central del MES ___ UHo ___ UC ___ UMCC ___ Facultad ___ Carrera ___

Centro de estudio ___ Sector Turístico ___ Otro ___

3.2.1 Años de experiencia: _____

3.3 Nombre del centro de trabajo _____

3.4 Especialidad de Graduación Universitaria _____

3.5 Calificación Profesional, Grado Científico o Académico (Marcar con una cruz (x))

Profesor: Titular ___ Auxiliar ___ Asistente ___ Instructor ___ Doctor ___ Master ___

ANEXO Nro. 9 Caracterización y competencia de los expertos

Exp.	Título Universitario	Años de Exp	Categoría Científica		Centro de Trabajo
			MSc.	DrC.	
1	Lic. en Economía	25		X	Universidad de Camaguey
2	Lic. en Matemática	22		X	Universidad de Holguín
3	Ing. Industrial	18		X	Universidad de Holguín
4	Lic. en Economía Política	30		X	Universidad de Matanzas (CETUM)
5	Lic. en Geografía	16		X	Universidad de Matanzas (CETUM)
6	Lic. en Economía	23		X	Universidad de Matanzas (CETUM)
7	Ing. Industrial	11	X		Universidad de Matanzas (CETUM)
8	Lic. Psicología	18	X		Universidad de Matanzas (CETUM)
9	Ing. Industrial	13		X	Universidad de Holguín
10	Lic. Economía Política	22	X		Universidad de Holguín
11	Ing. Industrial	18		X	Universidad de Holguín
12	Ing. Industrial	20		X	Universidad de Holguín
13	Lic. en Historia y Marxismo	22	X		Delegado del MINTUR en Las Tunas
14	Lic. Economía del Turismo	22	X		Hotel Covarrubias
15	Lic. Lengua y Literatura Inglesa	7	X		Hotel Covarrubias
16	Ing. Industrial	18	X		
17	Lic. Contabilidad y Finanzas	25	X		Parador Cucalambé. Palmares
18	Ing. Termoenergético	26	X		Director del Hotel Las Tunas

ANEXO Nro. 10. CUESTIONARIO DE INSTRUMENTO A EXPERTOS

Se está realizando un estudio sobre el proceso de elección de opcionales en el producto turístico Las Tunas para lo cual es importante caracterizar y obtener información sobre algunos comportamientos y determinantes de elección, que facilite la toma de decisiones en la gestión de esas opcionales como productos turísticos, en aras de fomentar sus ventajas competitivas. Como parte del proceso de valoración de la factibilidad de aplicación se requiere su opinión en relación con:

- Grado de relevancia, importancia, aplicabilidad y relaciones con carácter sistémico de los grupos de indicadores que favorecen la caracterización de algunos comportamientos y determinantes individuales en el proceso de elección de opcionales turísticas, en aras de aumentar sus ventajas competitivas.
- Grado de relevancia en la utilidad de las fases y elementos que caracterizan al procedimiento para obtener información sobre comportamientos y determinantes individuales en el proceso de elección de opcionales en el producto turístico Las Tunas.
- Grado de relevancia de las herramientas propuestas para contribuir al cumplimiento de los objetivos declarados en cada etapa del procedimiento.
- Sugerencias y/o cambios que usted considere para mejorar las fases del procedimiento.
- Sugerencias y/o cambios que usted considere para mejorar los elementos propuestos en cada una de las fases del procedimiento.
- Sugerencias y/o cambios que usted considere para mejorar los indicadores y herramientas para obtener información sobre algunos comportamientos y determinantes individuales de elección en el Producto Turístico que favorezca la mejora de las mismas.

INDICACIONES:

Marque con una cruz (x) la categoría que usted considere atendiendo a la clasificación siguiente:

C1: Muy Relevante C2: Bastante Relevante C3: Relevante

C4: Algo Relevante C5: No Relevante

Le agradecemos por anticipado el esfuerzo que usted hará para responder con la mayor fidelidad el presente cuestionario, pues son de mucha utilidad sus valoraciones:

MUCHAS GRACIAS

- Grado de relevancia, importancia y aplicabilidad de los componentes, relaciones esenciales y dimensiones del Modelo para, como base de la alternativa metodológica

SOBRE EL PROCEDIMIENTO PARA CARACTERIZAR Y OBTENER INFORMACIÓN SOBRE ALGUNOS COMPORTAMIENTOS Y DETERMINANTES INDIVIDUALES DE ELECCIÓN DE OPCIONALES EN EL PRODUCTO TURÍSTICO LAS TUNAS.					
ACCIONES	C1	C2	C3	C4	C5
Posee los elementos estructurales necesarios					
Existe coherencia entre los momentos propuestos					
Hay correspondencia entre el procedimiento diseñado y la definición					
El procedimiento está adecuado a los enfoques y aspectos que lo fundamentan					
Hay claridad en el contenido de cada electo del procedimiento.					
Hay correspondencia entre los elementos estructurales del procedimiento, sus objetivos y características					

- Grado de relevancia en la utilidad de las fases y elementos del procedimiento para obtener información sobre comportamientos y determinantes individuales en el proceso de elección de opcionales en el producto turístico Las Tunas.

FASES DEL PROCEDIMIENTO	ELEMENTOS QUE LO CARACTERIZAN	C1	C2	C3	C4	C5
1. Fase: De Preparación	1a Creación de las condiciones iniciales para la implementación del procedimiento.					
	1b Diagnosticar la naturaleza de los problemas de las opcionales turísticas en función de las dimensiones valorativas de los clientes como oportunidad de desarrollo del producto turístico Las Tunas considerando las dimensiones: «Motivación turística», «Elección turística» y «Diferenciación turística».					
	1c Construir el árbol de problemas de las opcionales en el producto turístico.					
FASES DEL PROCEDIMIENTO	ELEMENTOS QUE LO CARACTERIZAN	C1	C2	C3	C4	C5
2. Fase:	2a Socializar el Árbol de problemas con los directivos, Mandos Intermedio y trabajadores del Sector Turístico.					

De Organización	2b Construir el Árbol de Objetivos para el desarrollo de las opcionales en el producto turístico.					
	2c Conciliación del Árbol de Objetivos con los directivos del Sector.					
	2d Presentar el Árbol de Objetivos a los Mandos Intermedios para su comprensión e inclusión de las actividades en los planes de trabajo y proyecciones de la organización					
	2e Presentar el Árbol de Objetivos a los trabajadores para su información y comprensión, en función del desarrollo de las opcionales turísticas.					
FASES DEL PROCEDIMIENTO	ELEMENTOS QUE LO CARACTERIZAN	C1	C2	C3	C4	C5
3. Fase: De Ejecución	3a. Elaborar e intercambiar el Plan de acciones con la alta dirección y otros actores del sector turístico en correspondencia con el árbol de objetivo para contribuir al desempeño de la organización.					
	3b. Socialización del Plan de acciones a los Mandos intermedios y trabajadores para lograr el compromiso sobre la proyección del desarrollo de las opcionales en el producto turístico.					
	3c. Implementar el proyecto de desarrollo de las opcionales en el producto turístico para contribuir al desempeño de la organización.					
4. Fase: De Evaluación y Retroalimentación	4a. A partir del proyecto de desarrollo de las opcionales en el producto turístico, se procede a evaluar los resultados según las acciones planificadas (monitoreo, costo-beneficio y proceso).					
	4b. Evaluación del impacto de la implementación de las actividades del Plan de acción para la mejora y desarrollo de las opcionales en el producto turístico.					
	4c. Talleres de trabajo con la alta dirección, mandos intermedio y trabajadores del Sector Turístico para el intercambio del impacto y el aprendizaje organizacional del proyecto de desarrollo de las opcionales en el producto turístico.					

ANEXO Nro. 11: Inventario de Atractivos Turísticos de la Provincia Las Tunas

TIPO DE RECURSO	CANTIDAD	VOCACIÓN	OBSERVACIONES
Playa	36	Baño, y otras actividades afines	34 en la costa norte y 2 en la sur. Aproximadamente 24 km lineales aprovechables para el baño.
Ciudad	2	Ciudad	Las Tunas, capital provincial y Puerto Padre, villa turística. Con valores arquitectónicos y vida social.
Fangos terapéuticos	1	Salud	Grandes volúmenes en la salina de Puerto Padre, utilizados en fangoterapia.
Aguas Minero – medicinales.	1	Salud	En el Camino del Oriente. Se estudia factibilidad de un balneario.
Áreas protegidas	5	Ecología	Modalidades pasivas (observación de avifauna, senderismo, etc.) y activas (turismo de aventuras).
Cotos de caza	22	Caza	Caza ligera (aves) y de alcance local generalmente.
Plataforma litoral	~	Pesca	Todo el litoral norte y sur.
Humedales costeros	~	Pesca	Esteros, estuarios, etc. en ambas zonas litorales.
Presas	12	Pesca (agua dulce)	Pesca con avíos ligeros.
Sitios históricos	12	Historia	Lugares y hechos relacionados con la etapa colonial, independentista y revolucionaria.
Sitios Arqueológicos	9	Arqueología	Residuarios aborígenes de culturas precolombinas.
Iglesias	2	Religión	Iglesia católica de Las Tunas y de San José de Puerto Padre (1880 - 1892, Monumento Provincial).
Cultos sincréticos	~	Religión	Fiestas y bailes de origen afrocubano y haitiano.
Esculturas	Más de 48	Cultura	Esculturas de escala urbana y monumentarias, que hacen de Las Tunas "La Capital de la Escultura Cubana". Patrimonio cultural del país.
Fiestas tradicionales	3	Cultura	El Carnaval Tunero, las Ferias Agropecuarias y las Semanas Cucalambianas.
Barreras coralinas	~	Buceo	Litoral Norte: Covarrubias, La Boca - Corella, etc.
Bahías y ensenadas	~	Náutica	Potencial no definido.

ANEXO Nro. 12. Atractivos culturales de mayor relevancia:

Fuente de las Antillas: Realizada por la escultora Rita Longa Arostegui, se inauguró el 24 de febrero de 1977, basada en una leyenda taína descrita por el cronista de Colón Pedro Martín de Anglería sobre el cacique Jaía la cual cuenta que Jaía encontró cierta calabaza abierta llena de agua y de peces. Le dijo a los vecinos que la calabaza contenía el mar; por lo que cuatro muchachos hermanos gemelos fueron a pescar en ella. Jaía los sorprendió y atemorizados soltaron la calabaza que se quebró y por sus grietas se desbordo el mar y salieron los peces. De esa inundación que cubrió toda la llanura solo quedaron fuera las montañas que formaron las islas..

Cabezas contrapuestas de los caciques Maniabo y Jibacoa: Ubicada en el Cornito, del autor José Antonio Fuentes, inspirado en los versos del Cucalambé sobre las diferencias entre los jefes indios Maniabo y Jibacoa, concebida a escala urbana, se entrelazan dos cabezas aborígenes que forman una sola estructura, hueca en su interior en cuyas paredes pueden leerse versos del poeta.. El mérito fundamental de esta pieza consiste en el aporte tecnológico de emplear el ferrocemento con una solución novedosa.

Trovador Campesino: Ubicada en el cornito del autor guantanamero Ángel Iñigo, en la piedra crea la figura de un trovador detenido en el instante cumbre en que la décima vuela, es la síntesis de un gesto que define toda su acción. Iñigo elaboró su pieza con un naturalismo acentuado en los detalles, el sombrero echado hacia atrás, el pañuelo sobresale del bolsillo trasero, según costumbres campesinas, una parte de la camisa por fuera del pantalón como para inflarle más vida real.

Columna Taína: Del autor Pedro Vega Francia (resultado del III Encuentro Nacional de Escultores) situada en el patio central del Cornito, es una talla en madera preciosa (sabicú) (mayohuacan) descansa sobre una piedra enorme que le sirve de pedestal, de tres metros de altura, representa un gigantesco falo miembro ricamente decorado en bajo relieve, con rostros tratados a modo de mascarás y elementos de nuestra naturaleza, su remate semeja una flor abriendo y es a su vez la parte del miembro viril masculino que la pieza representa en su totalidad.

Parques

Vicente García: Ubicado en el centro histórico de la ciudad, bordeado por la Avenida. Vicente García y las calles Colón y Francisco Vega. Su historia está estrechamente ligada a la historia de Las Tunas. Dada su posición geográfica y el hecho coincidente de estar en el camino que enlazaba la ciudad de La Habana con Santiago de Cuba, los vecinos levantaron una modesta ermita en el siglo XVIII, posiblemente coincidiendo con la visita del Obispo Fray Jerónimo Valdés quien concedió a Don Diego Clemente de Rivera el permiso para su ejecución con una barraca anexa para albergar a los viajeros y peregrinos de paso por el lugar. Esta ermita fue construida de guano y, como recuerdo del obispo, se erigió bajo la vocación de San Jerónimo.

Se inauguró el 10 de Octubre del 1915, con la colocación de la estatua del Mayor General. Este lugar poco a poco se convirtió en centro de la ciudad y sitio habitual para las retretas dominicales.

En una parte del pedazo que se le quitó al parque se erigió el 28 de enero de 1942 el primer Busto de José Martí que fuera colocado en la ciudad.

Maceo: Se encuentra delimitado por las calles: Lucas Ortiz, Adolfo Villamar, Maceo y Custodio Orive. En el centro del mismo se encuentra el obelisco a las víctimas de la guerra por la independencia, también un busto al General Antonio Maceo y el monumento a las madres.

El 24 de octubre de 1914 el Gobierno Provincial de Oriente pide erigir el obelisco ya mencionado y más tarde fue construido el parque por el constructor Vicente Navarro Betancourt el 2 de abril de 1918.

En la década del 30 del siglo pasado, adoptó el nombre de Parque Maceo, para recordar eternamente a una de las figuras más valerosas de nuestras guerras independentistas. Y hoy las jóvenes parejas que contraen matrimonios depositan sus ramos de boda como tradición.

Plazas

Cultural: Ahí estuvo la casa del cura Rafael Aparicio. Por este sitio pasaba la calle Robertico Cruz Ramón (joven de 19 años asesinado cuando el machadato); otrora plaza el Anoncillo que servía de parqueo y fiestas y desde 1996 se desempeña como Plaza Cultural en ella se encuentran tres columnas que representan los tres incendios de la ciudad: el 16 de agosto de 1869; el 26 de septiembre de 1876. Y el 6 de septiembre de 1897, escultura del artista René Peña, de Las Tunas.

Martiana: En este lugar nació el 1ro de julio de 1829 Juan Cristóbal Nápoles Fajardo, (El Cucalambé) estuvo además, el Hospital Militar español que fue tomado en 1897 por las tropas mandadas por Calixto García, en este sitio murió Ángel de la Guardia Bello, joven que acompañaba a José Martí el 19 de mayo de 1895, estuvo además el Hotel Plaza, hasta 1963, el 25 de marzo de 1995, Centenario del Manifiesto de Montecristi, se inaugura la Plaza Martiana, con el diseño del arquitecto Domingo Alás Rosell, y un reloj solar que por su conformación de vincularse a un calendario histórico se convierte en único de su tipo en América Latina y en la que se observa además una mascarilla realizada por la escultora cubana Rita Longa. Esta Plaza Solar, su reloj solar es de tipo horizontal y su posición está en los grados 76 y 57 del Meridiano de Greenwich. Tiene un calendario solar que marca las estaciones del año. Hay 275 fechas históricas de la vida de Martí desde su natalicio hasta su muerte. A su lado derecho está ubicada una edificación cuya fachada recuerda la casa natal de José Martí.

Plaza de la Revolución: Fue inaugurada el 26 de julio de 1997 con motivo de la celebración en esta provincia ganadora de la sede, posee en su interior la sala de los Generales, en la que se encuentran bustos de los ocho Generales Tuneros que participaron en las luchas por la independencia, salas de conferencias, entre otros.

Museos

Mayor General Vicente García González: Esta construcción data de 1921 como Ayuntamiento de la Ciudad, obra del destacado orfebre español Nicasio-Menza, se ubica en el lugar donde fuera construida la primera casa de este poblado, hecha de cantería y ladrillos. Más tarde se convierte en Ayuntamiento y en cuartel de telégrafos durante la Guerra Independentista. Los incendios con los que los mambises evitaban que Las Tunas le sirviera de cuartel a los colonialistas españoles, destruyeron los edificios de aquella época, causa por lo cual solo quedan vestigios de la arquitectura colonial.

Aquí se levantó en 1921 el Palacio Municipal, función que desempeña hasta 1959, fecha en la que se convierte en sede de diversas instituciones gubernamentales y docentes, y desde 1981 se ubica en este lugar, el Museo Provincial, en su fachada puede verse el escudo de la Ciudad ubicado allí desde 1939; reabierto al público como museo provincial el 1ro de julio de 1984, el inmueble se impone majestuoso con su estilo ecléctico y jerarquía arquitectónica en el centro histórico de la Ciudad de Las Tunas.

Memorial Vicente García: Situado en la casa natal de Vicente García González, fue inaugurado el 14 de noviembre del 1987 y declarado monumento nacional en el 1996. El sitio fue construido en el año 1800. En él fue encerrada la familia de Vicente García, muriendo en tan difíciles condiciones dos de sus pequeños hijos en brazos de su esposa Doña Brígida Zaldívar, quien prefirió el sacrificio familiar antes de estimular a su esposo a rendirse o abandonar la lucha. Es en este lugar por donde se inicia el segundo incendio de la ciudad. El incendio de Las Tunas del 26 de septiembre de 1876, comenzó por su propia casa y es en esta ocasión cuando expresa: *“Tunas, con dolor en el alma te*

prendo candela, pero prefiero verte quemada, antes que esclava". En este lugar fueron expuestos los restos de los internacionalistas, caídos en Angola y Etiopía en el año 1989. Es Monumento Nacional desde 1996.

Memorial Mártires de Barbados: Es la casa natal de Carlos Leyva, víctima junto a Leonardo Mackenzie y Manuel Abelardo Rodríguez Font (funcionario de cubana de aviación) del atentado terrorista que cobrara la vida a 73 personas, que venían en el vuelo aquel 6 de octubre del año 1976 procedente de Barbados, donde regresaba victoriosa la delegación de esgrimistas cubanos de la categoría juvenil, esta casa fue convertida luego en memorial.

Museo Taller de Escultura: Situado en Calle Lucas Ortiz s/n. Esq. a Villalón. Con el emplazamiento de esculturas monumentarias y ambientales en la década del 70 del siglo XX se inicia el movimiento escultórico en Las Tunas, al cual le sigue una extensa muestra de piezas de pequeño formato. Reúne la colección mayor de esculturas de pequeño formato de Cuba, donde se exponen obras de artistas tuneros y cubanos de la talla de Rita Longa quien estaba muy ligada al desarrollo de este arte en Las Tunas.

Sitios

Fuerte de La Loma o Castillo de Salcedo: Ubicado en Puerto Padre, construcción arquitectónica excepcional de la época colonial, fuerte español para impedir la entrada de los piratas a la ciudad. El 25 de diciembre de 1999 fue declarado "Monumento Nacional."

El Cornito: Lleva ese nombre por una leyenda: se dice que en el siglo XVII, en la hacienda ganadera de ese sitio, había un toro cornito (que tiene los cuernos grandes y hacia adentro) que era el guía del rebaño y que para pasar a la hacienda, cruzaba el río siempre por el mismo paso, lugar que es hoy la entrada y todos comenzaron a llamarle el paso de El Cornito, murió cierto día cuando lo cruzaba en una de sus tantas crecidas, pero se mantuvo la costumbre de llamarle así no solo al río sino también a la hacienda.

El río envuelve la hacienda en un óvalo o lazo que la va serpenteando, la finca era propiedad de Manuel Agustín Nápoles Estrada (padre del "Cucalambé"). En este lugar se encuentran además las ruinas del ingenio que pertenecía a la familia en el que se producía un azúcar que se llamaba de mascabado (grano grande y meloso), molía con un tren Jamaicano de cinco calderas, con mano de obra esclava. La vegetación natural es la caña brava; se encuentran además esculturas como "El Trovador Campesino", "Columna Taina" y "Figuras Contrapuestas de los caciques Maniabo y Jibacoa" ya antes mencionadas. Aquí vivió El Cucalambé con su esposa Isabel Rufina Rodríguez, poeta tunero del siglo XIX. Desapareció en Santiago de Cuba en 1861 a los 32 años de edad.

La Casa de Piedra: En 1904 una compañía americana (The Youngtown Castle Company) dedicada a la actividad citrícola compra estas tierras e inicia la construcción de la casa, con paredes de bloque de cemento que simulaban piedras, (de ahí el nombre) En 1908 es vendida a la compañía Las Tunas Realty Company y esta la vende un año más tarde a Las Tunas Citrus Fruit Company quienes sitúan como administrador a Mr. Charles Milligan quien la adquiere luego en subasta y la vende en 1938 a José Acosta Tabet; en la década del 40 sus últimos dueños la abandonan y se convierte en vivienda múltiple de pobres hasta 1962 (año en que la Revolución les otorga casas). Estuvo mucho tiempo abandonada y desde el 24 de julio del 2002 es una instalación perteneciente a la Sucursal Extrahotelera Palmares.

Compañías folklóricas:

Conjunto Onilé Origen Yoruba, es un rescate de las tradiciones de la cultura campesina y franco haitiana, compañía músico danzaria, con sus costumbres culinarias, vestuarios, atributos e instrumentos, ha participado en el festival del caribe y otros

eventos de renombre, es una opción cultural para el turismo que llega a la ciudad. Radica en el centro cultural “El Cabildo San Pedro Lucumí”.

Conjunto Pite Dancé. Conserva sus raíces más puras, bailan en su lugar de origen (casa de titina y su familia) muestran el proceso de transculturación que tuvo Cuba, religión de origen yoruba, caracterizan un asentamiento haitiano, están institucionalizados, representan este pueblo en la fiesta del fuego del festival del caribe.

Centros Culturales:

Cabildo San Pedro Lucumí: Sede de la Compañía Folklórica Onilé, la cual cultiva las tradiciones afro antillanas, por ser un gran número de sus integrantes descendientes de inmigrantes de estas islas que cultivan también el género campesino.

Centro Cultural Huellas: Galería de arte, tienda Artex para la venta de música cubana, y Fondo Cubano de Bienes Culturales, sala de lectura con más de 800 títulos de diferentes géneros en varios idiomas, el patio Los Tamarindos con variedades culturales y gastronómicas, donde se realizan actividades.

Eventos más importantes:

Bienal Nacional de Escultura: Se efectúa en el mes de febrero, desarrollan talleres, conferencias y los artistas realizan sus obras, que son emplazadas en las diferentes áreas de la Ciudad.

Jornada Cucalambéana: Se realiza a finales del mes de junio. Cada dos años la antecede la Iberoamericana de la décima. Durante esta semana se desarrollan diferentes actividades relacionadas con el folklore campesino cubano y sus tradiciones. Se celebra el *Iro de julio* como parte de la jornada por el nacimiento de Juan Cristóbal Nápoles y Fajardo, el Cucalambé, que nace en Las Tunas en el año 1829, en el sitio actual Plaza Martiana, allí existe una tarja donde estaba ubicada la casa, poeta siboneísta que convierte el tema primitivista en una simbología revolucionaria; sus décimas, fábulas y sonetos conservan aún su vigencia. Las actividades principales se celebran en El Cornito, lugar donde vivió, actualmente centro turístico, caracterizado por el verdor de su entorno.

Festival Internacional de Magia Ánfora: Es el único festival de su tipo que se realiza en Cuba y en Latinoamérica. Incluye eventos teóricos, competencias y otros trabajos en teatros y la comunidad. Se realiza en el mes de noviembre y abarca el ámbito nacional e internacional. Espacio este para la confrontación de máximos representantes de la magia. Se dan cita para ser protagonistas de galas, espectáculos, intercambio de experiencias, coloquios.

ANEXO Nro. 13: Otros recursos potenciales para la explotación del turismo en Las Tunas

TIPOS DE RECURSOS	UNIDAD	VOCACIÓN	OBSERVACIONES
Paisajes Naturales y Áreas Protegidas.	4	Ecoturismo	Se cuenta con un buen potencial; sólo La Isleta tiene senderos ecoturísticos propuestos.
Miradores naturales	3	Observación del paisaje.	No cuentan con instalaciones.
Sitios Arqueológicos	2	Arqueológica.	Residuarios aborígenes de la cultura precolombina.
Sitios Históricos.	3	Recreativo cognoscitivo.	Sitios y hechos relacionados con la época de la colonia, independencia y revolucionaria.
Bases de Campismo.	2	Recreativo	Ambas situadas en playas,
Peloides o Fangos Medicinales.	1	Turismo de salud.	Existen importantes reservas en la salina de puerto Padre se aplica en policlínicas y hospitales.
Agua Mineral de Mesa.	1	Alimentaria	En construcción.
Puertos.	2	Actividades náuticas y económicas.	Puerto pesquero y de embarque de azúcar.
Coto de caza		Caza y turismo rural.	Caza ligera (aves) de la localidad.
Ciudades con interés turístico	2	Turismo urbano.	Manatí y Puerto Padre.
Sitios de Interés Económico	4	Turismo económico	Disponibles.
Paisajes submarinos		Buceo contemplativo	En toda la barrera coralina.
Cayos	6	Recorridos náuticos, contemplativo y	Cayos pequeños Cayo Negro, Cayo Puerco, Cayo Burro, Cayo Largo, Cayo Garrafón, Cayo Uverito.

		arqueológico.	
Pesca	—	Pesca deportiva.	En toda la plataforma (litoral) hasta 10 millas náuticas mar afuera.
Iglesia	1	Religión	Iglesia católica de Puerto Padre (1880 - 1892).
Cultos sincréticos	~	Religión	Fiestas y bailes de origen afrocubano y haitiano.
Esculturas	Más de 12	Cultura	Esculturas de escala urbana y pequeño formato.
Fiestas tradicionales	1	Cultura	Carnaval, las Ferias Agropecuarias.

ANEXO Nro. 14: Resultados de la Encuesta aplicada a los clientes externos



CENTRO DE ESTUDIOS
TURÍSTICOS
UNIVERSIDAD DE HOLGUÍN

CUESTIONARIOS SOBRE ELECCIÓN DE
OPCIONALES TURÍSTICAS

Número de Orden

Estimado cliente:

El Centro de Estudios Turísticos de la Universidad de Holguín está realizando un estudio sobre temas de demanda de las opcionales turísticas que se ofrecen en el producto turístico Las Tunas como complemento al paquete turístico ofertado por el Turoperador. Por ese motivo, solicitamos su colaboración y se lo agradecemos anticipadamente. Usted ha sido seleccionado al azar mediante métodos aleatorios. Le garantizamos el anonimato de sus respuestas.

*Centro de Estudios Turísticos
Universidad de Holguín*

En esta ENCUESTA cuando se refiere la palabra **OPCIONAL** comprende aquellos servicios o amenidades que NO se incluyen en el "paquete turístico" y por las que tendría que hacer "PAGOS EXTRAS" al comprarla en el destino visitado.

Total de encuestados: 20 NC: no contestó

A la hora de tabular el número de adelante representa la cantidad de encuestados que respondieron, después el % que representa esa cifra del total de encuestados.

ELECCIÓN DE OPCIONAL

¿Optaría (optó) por comprar alguna opcional turística en su estancia en Las Tunas?.

- Si 20- (100%) No

Independientemente de la respuesta anterior, ¿es Ud. de la opinión que elegir opcionales turísticas contribuye al enriquecimiento de la experiencia turística, aunque ello suponga más gastos o, por el contrario, las opcionales turísticas no son importantes para su experiencia turística?. 1 NC – (5%)

- Hay que elegir opcionales en el producto turístico Las Tunas para enriquecer la experiencia turística, aunque ello suponga más gastos. 18- (90%)
 Las opcionales en el producto turístico Las Tunas no son importantes en la experiencia turística. 1- (5%)

Concretamente, en su estancia en Las Tunas, ¿qué lugares visitaría (visitó) mediante la compra de opcionales que incluyen servicios o amenidades no incluidas en el paquete turístico?. MARCAR UNA SOLA OPCIÓN.

- Visitaría sólo lugares muy cercanos a donde se aloja.
 Sólo dentro del producto turístico Las Tunas. 2- (10%)
 Dentro del producto turístico Las Tunas, más la región oriental de Cuba. 9- (45%)
 Dentro del producto turístico Las Tunas, más otras regiones de Cuba. 4- (20%)
 Iría a otras regiones de Cuba. 2- (10%)
 Otra, ¿cuál? 3 – (15%) Chorro de Maíta, La Habana y Varadero

En general, se conoce que la compra de opcionales está motivada por algunas necesidades. Por favor, indique la importancia que concedería (concedió) a cada una de las siguientes razones para comprar una opcional (1: MUY POCO IMPORTANTE; 7: MUY IMPORTANTE). Escogimos que entre 1-3 sería poco importante (P), 3 y 4 lo consideramos como Importante (I) y de 5 – 7 muy importante (M).

NECESIDAD		POCO MUY						
		1	2	3	4	5	6	7
1P- (5%) 1I- (5%) 17M- (85%) y 1NC- (5%)	Descansar/relajarme							
	Aliviar el estrés y la tensión acumulada							
1P- (5%) 1I- (5%) 17M- (85%) y 1NC- (5%)	Hacer ejercicios físicos							
2P- (10%) 12I- (60%) 5M- (25%) y 1NC- (5%)	Escapar de la rutina diaria							
1P- (5%) 18M- (90%) y 1NC- (5%)	Conocer nuevos lugares							
20M- (100%)	Conocer el entorno natural del destino (playas, montañas, áreas naturales)							
19M- (95%) y 1NC- (5%)	Conocer el patrimonio histórico-cultural del destino (museos, iglesias, etc.)							
3I- (15%) y 17M- (85%)	Conocer la cultura y forma de vida de los pobladores del destino							
1I- (5%) y 19M- (95%)	Conocer gente nueva y relacionarme con ella							
1I- (5%) y 19M- (95%)	Integrarse en la vida y actividades de las poblaciones locales							
2P- (10%) 4I- (20%) 13M- (65%) y 1NC- (5%)	Disfrutar del tiempo libre con mi familia y/o amigos							
1P- (5%) 1I- (5%) 17M- (85%) y 1NC- (5%)	Buscar aventuras (senderismo, escalada, rafting, montañismo)							
3P- (15%) 11I- (55%) y 6M- (30%)	Celebrar acontecimiento personal/familiar							
5P- (25%) 5I- (25%) 8M- (40%) y 2NC- (10%)	Estar en contacto directo con la naturaleza							
1P- (5%) 2I- (10%) 16M- (80%) y 1NC- (5%)	Buscar entretenimiento y diversión							
20M- (100%)	Vivir experiencias emocionantes							
1I- (5%) y 19M- (95%)								

Indique, por favor, su opinión respecto a su decisión de comprar una opcional en Las Tunas (1: TOTAL DESACUERDO; 7: TOTAL ACUERDO). Escogimos que entre 1-3 sería TOTAL DESACUERDO (D) y entre 4-7 TOTAL ACUERDO (A)

OPINIÓN		Desacuerdo Acuerdo						
		1	2	3	4	5	6	7
2D- (10%) 18A- (90%)	Estaba muy interesado en comprar una opcional en Las Tunas							
	Se trataba de una decisión muy importante para mi							

4D- (20%) 12A- (60%) y 4NC- (20%)

La decisión fue tomada de forma muy cuidadosa

4D- (20%) 12A- (60%) y 4NC- (20%)

Indique, por favor, por cuáles fuentes ha recibido información de las opcionales en el producto turístico Las Tunas, y en qué medida considera que la información obtenida era positiva o negativa (1: MUY NEGATIVA; 7: MUY POSITIVA) Escogimos que entre 1-3 sería Muy negativa (N) y entre 4-7 Muy positiva (P).

FUENTES DE INFORMACIÓN		Negativa Positiva						
		1	2	3	4	5	6	7
20P- (100%)	Amigos, familiares y/o conocidos							
11P- (55%) 6N- (30%) y 3NC- (15%)	Publicidad en medios masivos (prensa, radio, cine, televisión)							
17P- (85%) y 3NC- (15%)	Folleto turístico							
17P- (85%) y 3NC- (15%)	Buró de venta/información							
15P- (75%) y 5NC- (25%)	Personal de agencias de viajes							
14P- (70%) 3N- (15%) y 3NC- (15%)	Internet							
12P- (60%) 2N- (10%) y 6NC- (30%)	Artículos y/o noticias							
14P- (70%) y 6NC- (30%)	Tour operadores (catálogos)							
16P- (80%) y 4NC- (20%)	Guías de viaje							
5P- (25%) 8N- (40%) y 7NC- (35%)	Libros y películas							
	Otra, ¿cuál?	-	-	-	-	-	-	-

ELECCIÓN DEL TIPO DE OPCIONAL

Nos gustaría saber, qué tipo de opcional turística pagaría (pagó) en su estancia en Las Tunas. PUEDE

MARCAR VARIAS OPCIONES

- Diversión y descanso 16- (80%) Encuentro con la naturaleza 3- (15%)
 Creativas/culturales 7- (35%) Festivas/celebraciones 3- (15%) Ejercicio
 físico/Deportivas - Comunitarias/Estar en la comunidad 4- (20%)
 Otra, ¿cuál? -

¿Qué imágenes o características le venían (vinieron) a la mente cuando pensaba en ese tipo de opcional en el producto turístico Las Tunas? Estas fueron las respuestas

- Se encuentra paz (2- 10%)
- Seguro, tranquilo y divertido

- Ciudad pequeña
- Se puede encontrar personas muy amistosas.
- Ciudad Tranquila (4- 20%)
- Lugar Tranquilo, para descansar y por su naturaleza virgen (2- 10%)
- Compras
- Estuve una vez allí y me gustó, pero ellos tiene que pensar más en las actividades para el turista, que muestren más su cultura
- Ciudad alegre
- Tranquilo y alegre
- 4NC- 20%

¿Cómo describiría la atmósfera o ambiente que encontraría (encontró) en la opcional elegida? Estas fueron las respuestas

- Buena (4- 20%)
- Alegre
- Divertida y acogedora
- Lleno de buenas personas
- Ambiente sano, favorable y un paisaje colorido (2-10%)
- Normal
- Calurosa y caliente
- Las personas son divertidas
- Ambiente de entretenimiento
- Sano, pacífico y divertido (2- 10%)
- Calmado
- 2 NC- 10%

Indique aquellas atracciones y características que, a su juicio, son únicas o distintivas de la opcional que compraría (compró). Estas fueron las respuestas

- Precio y relajarse
- La creatividad
- La festividad de las personas y el ambiente tranquilo
- Clubs, fiestas en las calles y los show
- Sol, naturaleza y playa (5-25%)
- Personas muy agradables (3-15%)
- Viajes por el pueblo
- 7NC- 35%

Concretamente en su estancia en Las Tunas, ¿por cuáles de las opcionales turísticas pagaría (pagó), lo que le provocó gastos "extras"? PUEDE MARCAR VARIAS OPCIONES

- Ninguna -
- Visitas a restaurantes y otros lugares de interés en la ciudad de Las Tunas 12- (60%)
- Visitas a restaurantes y otros lugares de la ciudad de Puerto Padre 4 - (20%)
- Visitas a lugares relacionados con la naturaleza, pesca o caza. 5 - (25%)
- Visita a la ciudad de Holguín 9- (45%)
- Visita a la ciudad de Santiago de Cuba 4- (20%)
- Visita a la ciudad de La Habana 5- (25%)
- Otra, ¿cuál?

De las diversas actividades que se listan, marque, por favor, cuáles ha realizado en sus viajes de vacaciones o de forma habitual durante el resto del año? 2NC (10%) la pregunta.

En esta pregunta los números en **ROJO** que aparecen junto a las actividades son los que no contestaron ninguna opción en la fila, Los números de color **AZUL** representan los que no contestaron en la fila pero solamente en la parte de **VACACIONES**. Los números de color **ROSADO** representan los que no contestaron en la fila pero solamente en la parte de **HABITUALMENTE**.

ACTIVIDADES	VACACIONES 1NC (5%) esta parte			HABITUALMENTE 3NC (15%) esta parte		
	Con frecuencia	De forma ocasional	No realizó	Con frecuencia	De forma ocasional	No realiza
Visitas a museos, catedrales, monumentos, etc.	1- (5%)	11- (55%)	5- (25%)	1- (5%)	10- (50%)	4- (20%)
Practicar esquí acuático, surfing o vela, deportes náutico en general	1- (5%)	1- (5%)	15- (75%)	2NC (10%)	4- (20%)	9- (45%)
Asistencia a festivales o espectáculos de música, danza, teatro, cine	1NC (5%) 2- (10%)	9- (45%)	3- (15%)	1NC (5%) 2- (10%)	5- (25%)	5- (25%)
Asistencia a congresos, seminarios, cursillos	2NC (10%)	-	15- (75%)	1NC (5%)	4- (20%)	10- (50%)
Pasear	1NC (5%) 14- (70%)	1- (5%)	1- (5%)	11- (55%)	4- (20%)	-
Tomar el sol y bañarse	15- (75%)	1- (5%)	-	2NC (10%) 8- (40%)	2- (10%)	2- (10%)
Leer libros, escuchar música	1NC (5%) 5- (25%)	9- (45%)	1- (5%)	1NC (5%) 6- (30%)	7- (35%)	-
Ver la tele, leer diarios, revistas, oír la radio	2NC (10%) 2- (10%)	12- (60%)	1- (5%)	7- (35%)	8- (40%)	-
Actividades manuales, cerámica, labores, pintar, dibujar	1NC (5%)	1- (5%)	15- (75%)	1NC (5%) 1- (5%)	8- (40%)	5- (25%)
Hacer fotografía o filmar películas	7- (35%)	5- (25%)	5- (25%)	6- (30%)	7- (35%)	2- (10%)
Juego de cartas, dominó	-	5- (25%)	11- (55%)	1NC (5%)	7- (35%)	6- (30%)
Ir a parques temáticos, ver espectáculos deportivos	3- (15%)	8- (40%)	6- (30%)	1NC (5%) 3- (15%)	7- (35%)	4- (20%)
Caminar, trotar, correr, montar bicicleta	2- (10%)	10- (50%)	5- (25%)	8- (40%)	6- (30%)	1- (5%)
Escalar montañas, senderismo	1NC	1- (5%)	14-	2NC	5-	8-

	(5%) 1- (5%)		(70%)	(10%)	(25%)	(40%)
Ir de caza o pesca 1NC (5%)	-	5- (25%)	11- (55%)	1NC (5%)	3- (15%)	10- (50%)
Deportes de pelota (tenis, futbol, voleibol, baloncesto, etc.)	1NC (5%)	11- (55%)	5- (25%)	2NC (10%) 2- (10%)	6- (30%)	5- (25%)
Compartir con pobladores del lugar	1- (5%)	10- (50%)	6- (30%)	2NC (10%) 3- (15%)	7- (35%)	3- (15%)
Visitar amigos o familiares	11- (55%)	2- (12.5%)	4- (20%)	1NC (5%) 9- (45%)	4- (20%)	1- (5%)
Acudir a discotecas o bailes	1NC (5%) 12- (60%)	2- (10%)	2- (10%)	1NC (5%) 4- (20%)	10- (50%)	-
Observar prácticas tradicionales locales (artesanía, feria, actividades agrarias)	4- (20%)	11- (55%)	2- (10%)	1NC (5%)	10- (50%)	4- (20%)
Visitas a lugares de especial belleza o valor paisajístico	9- (45%)	8- (40%)	-	2NC (10%)	10- (50%)	3- (15%)
Vistas a espacios protegidos (parques naturales, nacionales...)	1NC (5%) 4- (20%)	9- (45%)	3- (15%)	1NC (5%)	12- (60%)	2- (10%)
Observación de fauna y flora	1NC (5%) 1- (5%)	11- (55%)	4- (20%)	1NC (5%)	13- (65%)	1- (5%)

A continuación se expone una serie de frases contrapuestas, nos gustaría que nos dijera sus consideraciones sobre las opcionales ideales y cuál se acerca más a su forma de pensar. 2 NC (10%) la pregunta. Un cliente marcó ambas opciones en dos ocasiones, por lo tanto la respuesta no se considera válida.

1NC (5%)	Prefiero comprar el paquete turístico y optar por las opcionales en el sitio 12- (60%)
	Prefiero que en el paquete turístico se pueda incorporar concienzudamente las opcionales 5- (25%)
1- 5% Marcó la dos opciones	Prefiero recorrer diversos lugares, ir de un sitio a otro de la región o el país que visito 15- (75%)
	Prefiero ir a un sitio y quedarme en él 2- (10%)
	Me gusta mucho recorrer, me voy a alguna parte en cuanto puedo 18- (90%)

- No me gusta recorrer, prefiero quedarme en el hotel -
- Me gusta organizar los recorridos por mi cuenta, a mi manera 14- (70%)
 Prefiero ir en grupo organizado y no preocuparme por nada 4 - (20%)
- Me gusta conocer gente de la localidad, hacer vida social 9- (45%)
 Prefiero estar con mi familia o amigos de confianza 9- (45%)
- Me gustan los espacios abiertos, estar en contacto con la naturaleza 7- (35%)
 Prefiero lugares urbanizados, tener todos los servicios 11- (55%)
- Me dedico al turismo cultural (visitar museos, lugares históricos, antigüedades, etc.) 13- (65%)
 Prefiero estar en otras actividades o no hacer nada 5- (25%)
- Me dedico, sobre todo, a leer, oír música, ver televisión, etc. 7- (35%)
 Trato de hacer ejercicio físico, deporte, moverme mucho 11- (55%)
- 1- 5% Marcó la dos opciones Me gustan las fiestas y bailes populares 8- (40%)
 Prefiero las discotecas o las salas de fiestas 9- (45%)
- Prefiero ir de vacaciones a lugares donde hay mucha gente, a sitios animados 5- (25%)
 Prefiero ir a un sitio tranquilo donde no haya mucha gente, sitios tranquilos 13- (65%)
- Prefiero tener muchas actividades durante el día y descansar en la noche 8- (40%)
 Prefiero descansar durante el día y tener una noche muy activa 10- (50%)
- Cuido mis gastos en las vacaciones, tratando de no pasarme de lo previsto 11- (55%)
 No me preocupo de los gastos en las vacaciones y hago lo que se me apetece 7- (35%)

NIVEL DE GASTO

En relación a otros destinos visitados que le ha parecido las opcionales ofertadas en el producto turístico Las Tunas? MARCAR UNA SOLA OPCIÓN 3NC (15%)

- Más caras 1- (5%) Más baratas 2 - (10%) Igual 14- (70%)

¿Tiene Ud. idea, aunque sea aproximada, de cuanto ha gastado (gastará) en opcionales en su estancia en Las Tunas?. 10NC (50%)

€ (Euro) 800.00; 3000.00 ; 2000.00 ; 5000.00 ; 4000.00 ; 500.00

Cada uno de estos criterios representa el (5%) porque fue la respuesta de un encuestado.

C\$ (Dólares canadienses) 4000. 00; 400.00 2-(10%); 300.00 el resto de los criterios representa el (5%) porque fue la respuesta de un encuestado.

_____ £ (Libra) _____ Otras, ¿cuál? Estos valores tan altos se deben a que confundieron el costo total del viaje con lo que gastan en las opcionales.

¿Considera que el costo global del viaje le ha resultado (resultaría)...?

- Muy caro Caro Normal Barato Muy barato
 3- (15%) 10- (50%) 2- (10%) No sabe 5- (25%)

TEMPORAL

¿Cuántos días estará (estuvo) Ud. en Las Tunas?, _____ días.

De ellos, ¿cuántos días dedicará (dedicó) a opcionales turísticas? _____ días.

Respuestas: 3 NC (15%)

- De 21 días 7 fueron dedicados a las opcionales
- De 7 – 2 (4- 20%)
- De 7- 6 1- (6.25%)
- De 10- 7 1- (6.25%)
- De 15- 15 1- (6.25%)
- De 26- 8 1- (6.25%)
- De 7- 4 1- (6.25%)
- De 1- 1 1- (6.25%)
- De 21- 18 (4 criterios iguales) (20%)
- De 21- 3 1- (6.25%)
- De 10- 6 1- (6.25%)

¿El tiempo que Ud. le ha dedicado (dedicará) a las opcionales turísticas en comparación con viajes anteriores ha sido (será)? . MARCAR UNA SOLA OPCIÓN 2NC (10%)

- Mayor duración Igual duración Menor duración
 4- (20%) 8- (40%) 6- (30%)

Nos gustaría conocer sus consideraciones sobre los horarios de las opcionales. Marque el horario que Ud.

Prefiere para cada tipo de opcional.

Tipo de opcional ↓	⌚9:00 am. A 12:00 m.	⌚12:00 m. a 3:00 pm.	⌚3:00 pm. A 6:00 pm.	⌚6:00 pm. A 10:00 pm.	⌚Después de las 10:00 pm.
Diversión y relajación 2NC (10%)	8- (40%)	3- (15%)	7 - (35%)	4- (25%)	2- (10%)
Encuentro con la naturaleza 2NC (10%)	13- (65%)	6 – (30%)		1- (5%)	
Creativas/ Culturales 2NC (10%)		2- (10%)	4- (20%)	8- (40%)	6- (30%)
Festivas/ Celebraciones 4 NC (20%)			1- (5%)	5- (25%)	8- (50%)
Ejercicio físico/Deportivas 4 NC (20%)	15- (75%)		1- (5%)		
Comunitaria/Estar en la comunidad 4 NC (20%)	9 - (45%)	3 – (15%)	3 – (15%)		1- (5%)

MOTIVACIÓN / ATRACCIÓN DE LA OPCIONAL

¿Cuáles son los tres (3) atributos que más le atrajo (atraen) de las opcionales en el producto turístico Las Tunas?. NUMÉRALOS EN ORDEN DE PRIORIDAD (OP) 1 (MÁS) Y 3 (MENOS). 2NC (10%).

Orden de Prioridad:	Nro. 1	Nro. 2	Nro.3	Sin OP
___ Precio	3- (15%)	-	1- (5%)	1- (5%)
___ Paisajes	3- (15%)	3- (15%)	-	1- (5%)
___ Instalaciones	1- (5%)	1- (5%)	3- (15%)	1- (5%)
___ Servicios	6- (30%)	2- (10%)	1- (5%)	3- (15%)
___ Actividades de diversión	1- (5%)	5- (25%)	5- (25%)	2- (10%)
___ Instalaciones deportivas	-	-	2- (10%)	-
___ Comercios, tiendas, etc.	-	2- (10%)	1- (5%)	-
___ Carreteras	-	-	-	-
___ Transpor-	-	-	-	-
___ Estado de conservación del medio ambiente	-	1- (5%)	-	2- (10%)
___ Otra, ¿cuál?	-	-	-	3- (15%)

Personas buenas

Preferentemente, ¿cuáles son los motivos principales que le llevaría (llevado) a comprar una opcional turística en el producto turístico Las Tunas? SELECCIONE SÓLO 2 MOTIVOS POR CADA TABLA 2NC (10%) la pregunta

CONOCER 2NC (10%)

___ Más sobre la localidad, región o el país	12- (60%)
___ Por curiosidad	1- (5%)
___ Motivos profesionales	-
___ Cultura local	2- (10%)
___ Lugares y gente nueva	17- (85%)

SER 3NC (15%)

___ Autorrealización	2- (10%)
___ Afecto de otros	1- (5%)
___ Participar en grupo	9- (45%)
___ Entendimiento con otros	17- (85%)
___ Diferenciarme de los demás	1- (5%)

TENER 2NC (10%)

___ Calidad de las instalaciones y los servicios	9- (45%)
___ Los precios (son baratos)	7- (35%)
___ Está de moda	-
___ Salud	2- (10%)
___ Experiencias que me distinguan	14- (70%)

HACER 2NC (10%)

___ Practicar deportes, hacer ejercicio físico	-
___ Compartir con las poblaciones locales	7- (35%)
___ Compartir y estar con la familia o amigos	9- (45%)
___ Distraerse, divertirse	14- (70%)
___ Relajarse	2- (10%)

ESTAR 3NC (15%)

___ Lugares históricos	-
___ Disfrutar del sol y el aire libre	15- (75%)
___ Salir del hotel	10- (50%)
___ Con mis seres queridos	5- (25%)
___ Lugar tranquilo	-

Independientemente de que Ud. compraría (compró) alguna opcional en el producto turístico Las Tunas, ¿cuáles son los tres factores que limitarían (límito) su decisión?. SELECCIONE LOS TRES MÁS IMPORTANTES Y NUMÉRALOS EN ORDEN DE PRIORIDAD (OP) 1 (MÁS) A 3 (MENOS). 2NC (10%)

Orden de Prioridad:	Nro. 1	Nro. 2	Nro.3	Sin OP
___Innecesarias para la experiencia turística	-	-	-	-
___Precio	5- (25%)	3- (15%)	-	-
___Gastos excesivos durante el viaje	2- (10%)	-	3- (15%)	-
___Motivación/Interés por la opcional	1- (5%)	1- (5%)	1- (5%)	-
___Estado de salud	-	-	1- (5%)	-
___Clima	-	-	1- (5%)	-
___Seguridad	1- (5%)	-	-	-
___Calidad ambiental	-	-	-	-
___Calidad de las instalaciones	5- (25%)	5- (25%)	4- (20%)	1- (5%)
___Calidad de los servicios	2- (10%)	4- (20%)	2- (10%)	2- (10%)
___Recomendaciones adversas	-	1- (5%)	-	1- (5%)
___Otro ¿cuál?	1- (5%)	-	-	-

Estado de las carreteras

Seleccione tres (3) beneficios que encontraría (encontró) en las opcionales en el producto turístico Las Tunas. SELECCIONE SÓLO TRES (3). 2NC (10%)

- Compartir más tiempo con la familia 5- (25%) Descansar y relajarse 7- (35%) Disfrutar del sol y el aire libre 14- (70%) Distraerse, divertirse 11 - (55%) Interés cultural 1- (5%) Conocer lugares nuevos7- (35%)
- Celebrar algún acontecimiento - familiares o amigos 3- (15%) Practicar deportes - Ver a
- Salir de las obligaciones rutinarias 1- (5%) Relacionarme con las poblaciones locales 5- (25%) Otra ¿cuál? -

ACTIVIDAD / ESCENARIO DE LA OPCIONAL

Nos referiremos ahora al escenario donde se pueden realizar opcionales en el producto turístico Las Tunas, ¿por cuál de los escenarios optó (optaría)...?. PUEDE MARCAR VARIAS OPCIONES. 2NC (10%)

- Donde me alojo 9 - (45%) Ciudad o pueblo 8 - (40%) Comunidad Rural- Bosque -
- Cercano a la costa 4- (25%) Playa y aire libre 17- (85%) En el mar 3- (15%) Parques temáticos 1- (5%)
- Áreas naturales protegidas 1- (5%) Montaña - Lugares naturales 7- (35%)
- Otro ¿cuál? -

¿Qué tipo de actividad física realizó (realizaría) en la opcional que compraría (compró)?. MARCAR UNA SOLA OPCIÓN. 2NC (10%)

- Ligera (observar, caminar, nadar...) 16- (80%) Moderada (caminar por bosques, snorkelling...) 1- (5%)
- Aventurera (escalar montañas, bucear...) 1- (5%)

VALORES / RELACIONES SOCIALES

¿Con quién disfrutó (disfrutaría) la opcional turística?. MARCAR UNA SOLA OPCIÓN. 2NC (10%)

- Solo 5- (25%) Con la familia 10 - (50%) Con grupo de amigos o compañeros 3- (15%) Con grupo organizado -

Nos gustaría saber, que comportamientos califica de "ideales" en el desarrollo de una opcional.

SELECCIONES LOS DOS (2) MÁS IMPORTANTES PARA UD. 3NC (15%)

- Solidaridad 9- (45%) Subsistencia - Protección 4- (20%) Afecto 5- (25%) Entendimiento 2- (10%) Participación - Comunicación 4- (20%) Creación - Identidad 1- (5%) Libertad 2- (10%)
 Paz 7- (35%) Otro, ¿cuál? -

DISTANCIA A RECORRER / MEDIO DE TRANSPORTE

¿Qué distancia recorrió (recorrería) desde donde se aloja hasta la opcional?. MÁXIMO DOS RESPUESTAS. 2NC (10%)

- Menos de 10 Km. 7- (35%) Alrededor de 25 Km. 4- (20%) Alrededor de 50 Km. 16- (80%)
 Alrededor de 100 Km. 18 - (90%) Alrededor de 300 Km. - Más de 400 Km. -
 Otro, ¿cuál? -

¿Qué medio/s de transporte le gustaría utilizar (utilizó) para trasladarse al lugar donde está la opcional?. MÁXIMO DOS RESPUESTAS. 2NC (10%)

- Automóvil rentado por Ud. 16- (80%) Ómnibus de 8 a 11 asientos 3- (15%) Ómnibus de 16 a 24 asientos 3- (15%)
 Ómnibus de 29 a 40 asientos 3- (15%) Ómnibus de más de 40 asientos 1- (5%) Barco, yate, catamarán... -
 Tren - Helicóptero - Avión de pequeño/mediano porte 1- (5%)
 Otro, ¿cuál? -

SATURACIÓN DE LA OPCIONAL

En lo que respecta a la cantidad de personas y medios turísticos ¿cómo le gustaría la opcional, en una escala de baja, media y alta?. MARCAR UNA SOLA OPCIÓN.

3NC (15%)

- Baja: hay apenas los medios turísticos necesarios, hay sólo unas personas alrededor..., la atmósfera de muy relajada). 1- (5%)
 Media: existen algunos medios turísticos, hay un número moderado de personas alrededor..., la atmósfera es algo relajada). 15- (75%)
 Alta: existen muchos medios turísticos muy desarrollados, hay una gran cantidad de personas alrededor..., la atmósfera es bulliciosa). 1- (5%)

¿Cómo calificaría las siguientes características de las opcionales adquiridas en el producto turístico Las Tunas, en una escala de muy bien, bien, mal y muy mal? 2NC (10%)

CUALIDADES		Muy bien	Bien	Mal	Muy mal
1NC (5%)	Calidad/Precio	1- (5%)	11- (55%)	5- (25%)	
	Entorno natural (paisaje, playa, flora, fauna, naturaleza)	4- (20%)	14- (70%)		
	Calidad de vida (tranquilidad, hospitalidad, seguridad)	3-	13-	1-	

1NC (5%)	(15%)	(65%)	(5%)	
Patrimonio cultural (monumentos históricos, museos, gastronomía)		14- (70%)	4- (25%)	
Infraestructura turística (instalaciones de la opcional)		14- (70%)	4- (25%)	
Actividades que se realizan en la opcional	1- (5%)	13- (65%)	4- (20%)	
Acceso a la opcional (carreteras, caminos, etc.)		4- (20%)		13- (65%)
1NC (5%)		10- (50%)	8- (40%)	
Servicios que se brindan en la opcional		10- (50%)	8- (40%)	
Facilidades en la opcional (tiendas, centros comerciales)	5- (25%)	12- (60%)	1- (5%)	
Experiencia turística	1- (5%)	17- (85%)		

CARACTERÍSTICAS DEL ENCUESTADO

2 NC la pregunta (10%)

Nacionalidad:

Canadienses 8- (40%)

De ellos 7- (35%) son hombres y 1- (5%) mujer.

La edad de los ocho está entre 38-40 años.

7NC- (35%) con quien o quienes viajan y solamente 1- (5%) prefiere viajar con sus amigos.

Son casados 6- (30%), 1- (5%) vive en pareja y 1- (5%) es divorciado.

De estos canadienses 2- (10%) viven solos: uno no tiene hijos y el otro tiene 2- (10%) de 13 y 9 años respectivamente, pero no viaja en su compañía. Otros 6- (30%) viven con una persona aunque uno (5%) de ellos tiene 3 hijos (no refiere la edad) y el otro solamente uno (no refiere la edad) que lo acompaña en sus viajes.

De los 8 canadienses 7- (35%) han cursado estudios universitarios y solamente 1- (5%) tiene estudios de secundaria/Bachillerato.

De los 8 entrevistados 6- (30%) son los que más ingresos aportan al hogar, 1- (5%) marca que es otra persona y el otro 1- (5%) refiere que es el entrevistado y otra persona casi a partes iguales.

En relación con su vínculo laboral los 8- (40%) se clasifican como Asalariados fijo (a sueldo, comisión, jornal, etc., con carácter fijo).

Laboralmente 2- (10%) se desempeña en una empresa pública, otro en una empresa privada 2- (10%), uno 2- (10%) pertenece a la administración pública y el otro 2- (10%) estudia y trabaja.

Entre todos los miembros del hogar (incluido el entrevistado) y por todos los conceptos, el ingreso medio en un mes se encuentra entre 1 600.00 y 3000.00 dólares canadienses.

En su estancia en Las Tunas los 8- (40%) se han hospedado en el Hotel Brisas Villa Covarrubias aunque 4- (20%) de ellos también prefieren las casas de renta.

Nacionalidad: España 4- (25%)

De ellos 2- (12.5%) son hombres y 2- (12.5%) mujeres.

Dos NC la edad (12.5%), 1- (6.25%) tiene 25 años y el otro 1- (6.25%) 37 años.

1NC(6.25%) con quien o quienes prefiere viajar, 1- (6.25%) viaja solo, 1- (6.25%) prefiere hacerlo con su familia aunque uno de ellos en ocasiones lo hace también con sus amigos y solamente 1- (6.25%) prefiere viajar con sus amigos.

1NC(6.25%), es casado 1- (6.25%), vive en pareja 1- (6.25%) y el otro 1- (6.25%) es divorciado.

1NC(6.25%) con cuántas personas vive, Cuántos hijos tiene, Cuántos de ellos viven con él, si viajan juntos o no y tampoco la edad de los hijos que viajan con él.

1- (6.25%) vive solo y no tiene hijos, otra 1- (6.25%) vive con 3 personas, tiene un hijo de un año que viaja con ella y el otro 1- (6.25%) que vive solo, pero tiene 2 hijos y uno de ellos viaja con él.

De los 4 españoles 1NC(6.25%) los estudios cursados, 1- (6.25%) tiene estudios de secundaria/Bachillerato, 1- (6.25%) tiene Especialidad, Maestrías o Doctorados y el otro 1- (6.25%) Técnico/Oficio

De los 4 entrevistados 3NC- (18.75%) quienes son los que más ingresos aportan a su hogar y solamente 1- (6.25%) marca que es el entrevistado y otra persona casi a partes iguales.

En relación con su vínculo laboral 1NC(6.25%) y los otros 3- (18.75%) se clasifican como Asalariados fijo (a sueldo, comisión, jornal, etc., con carácter fijo).

1NC(6.25%) en qué se desempeña laboralmente, 2- (12.5%) se desempeñan en empresas públicas y uno 1- (6.25%) pertenece a la administración pública.

3NC- (18.75%) cuál es el ingreso medio en un mes entre todos los miembros del hogar (incluido el entrevistado) y solamente una manifiesta 1- (6.25%) que su ingreso medio en un mes aproximadamente es de

2 500.00 Euros.

En su estancia en Las Tunas 2- (12.5%) se han hospedado en casas de amigos o familiares, 1- (6.25%) en el Hotel Brisas Villa Covarrubias o en el Hotel Cadillac y 1- (6.25%) de ellos prefiere las casas de renta.

Nacionalidad: Italiana 2- (12.5%)

De ellos 1- (6.25%) es hombre y 1- (6.25%) es mujer.

Ella 1- (6.25%) tiene 30 años y él 1- (6.25%) 57 años.

Él prefiere 1- (6.25%) viajar solo y ella 1- (6.25%) prefiere hacerlo con su familia.

Los 2- (12.5%) son casados.

Ella 1- (6.25%) vive sola tiene 2 hijos, los dos viven y viajan con ella con 3 y 2 años respectivamente, el otro 1- (6.25%) vive con 3 personas, tiene 2 hijos que no viven con él y tampoco lo acompañan en sus viajes.

Sobre los estudios cursados, 1- (6.25%) tiene estudios de secundaria/Bachillerato, y el otro 1- (6.25%) Técnico/Oficio

1- (6.25%) marca que es el entrevistado y otra persona casi a partes iguales quienes más aportan ingresos al hogar, y el otro 1- (6.25%) es él quien más aporta.

En relación con su vínculo laboral 1- (6.25%) se clasifica como Asalariados fijo (a sueldo, comisión, jornal, etc., con carácter fijo) y la otra 1- (6.25%) Asalariado eventual o interino (a sueldo, comisión, jornal, etc. con carácter temporal o interino)

Laboralmente 1- (6.25%) se desempeña en una empresa pública y el otro 1- (6.25%) pertenece a una empresa privada.

1NC- (6.25%) cuál es el ingreso medio en un mes entre todos los miembros del hogar (incluido el entrevistado) y solamente él 1- (6.25%) manifiesta que su ingreso medio en un mes aproximadamente es de

3 400.00 Euros.

En su estancia en Las Tunas los 2- (12.5%) se ha hospedado en casas de rentas aunque ellos lo ha hecho en casas de amigos y el otro en el Hotel Brisas Villa Covarrubias.

Nacionalidad: Cuba- USA 2- (12.5%)

De ellos 1- (6.25%) es hombre y 1- (6.25%) es mujer.

Ella 1- (6.25%) tiene 35 años y él 1- (6.25%) 42 años.

Él prefiere 1- (6.25%) viajar solo y ella 1- (6.25%) prefiere hacerlo con su familia.

Los 2- (12.5%) son casados.

Ella 1- (6.25%) vive con 3 persona, tiene 2 hijos que viven con ella y uno de 15 años que la acompaña en sus viajes, y él otro 1- (6.25%) vive con 3 personas, tiene 2 hijos, uno que vive con él y ninguno lo acompañan en sus viajes.

Sobre los estudios cursados los 2- (12.5%) tienen estudios universitarios.

1- (6.25%) marca que es el entrevistado y otra persona casi a partes iguales quienes más aportan ingresos al hogar, y la otra 1- (6.25%) es la que más aporta.

En relación con su vínculo laboral 1- (6.25%) se clasifica como Asalariados fijo (a sueldo, comisión, jornal, etc., con carácter fijo) y la otra 1- (6.25%) Asalariado eventual o interino (a sueldo, comisión, jornal, etc. con carácter temporal o interino)

Laboralmente 1- (6.25%) se desempeña en una empresa privada y la otra 1- (6.25%) estudia y trabaja.

1- (6.25%) manifiesta que su ingreso medio en un mes aproximadamente es de 3 000.00 USD y la otra 1- (6.25%) 2 000.00 USD.

En su estancia en Las Tunas los 2- (12.5%) se han hospedado en el Hotel Brisas Villa Covarrubias aunque él lo ha hecho también en el Hotel Las Tunas y en casas de renta.

Nacionalidad: 2NC- (12.5%)

De ellos 1- (6.25%) es hombre y 1- (6.25%) es mujer.

Ella 1- (6.25%) tiene 25 años y él 1NC- (6.25%) .

Los 2- (12.5%) prefieren viajar con su familia.

1- (6.25%) es casado y 1- (6.25%) vive en pareja .

Ella 1- (6.25%) vive con 3 persona, tiene 1 hijo que vive con ella y la acompaña en sus viajes, tiene 3 años; y él otro 1- (6.25%) vive con 2 personas, tiene 1 hijo, uno que vive con él y lo acompaña en sus viajes, tiene 4 años.

Sobre los estudios cursados los 2- (12.5%) tienen estudios universitarios.

1- (6.25%) marca que es el entrevistado y otra persona casi a partes iguales quienes más aportan ingresos al hogar, y el otro 1- (6.25%) es el que más aporta.

En relación con su vínculo laboral los 2- (12.5%) se clasifican como Asalariados eventual o interino (a sueldo, comisión, jornal, etc. con carácter temporal o interino)

Laboralmente los 2- (12.5%) estudian y trabajan.

2NC- (12.5%) cuál es el ingreso medio en un mes entre todos los miembros del hogar (incluido el entrevistado).

En su estancia en Las Tunas los 2- (12.5%) se han hospedado en en casas de amigos o familiares.