

Emprendimientos turísticos: realidades y desafíos para Cuba

Tourist Entrepreneurship: Realities and Challenges for Cuba

Maité Echarri Chávez^{1*}

Lourdes Cisneros Mustelier¹

Martha Omara Robert Beatón¹

Lidié Perera Conde¹

¹Facultad de Turismo, Universidad de La Habana, Cuba.

*Autor por correspondencia. Correo electrónico: maite_echarri@ftur.uh.cu

RESUMEN

La actualización del modelo económico cubano ha conllevado la diversificación de formas de gestión y, a su vez, aprovechado las capacidades individuales y colectivas para generar emprendimientos que se extienden a diversos sectores a lo largo de la geografía nacional. El sector de los servicios, y en especial el turismo, se ha favorecido con la apertura de negocios de alojamiento y restauración que están generando impactos a nivel local-territorial, los cuales precisan de caracterizaciones y evaluaciones que, desde los propios actores, conduzcan a la visualización de áreas de actuación para los gestores. Los resultados se derivan de un amplio trabajo de campo que conllevó a la aplicación de encuestas a emprendedores turísticos en cinco ciudades cubanas, vinculados al alojamiento y la restauración. Las conclusiones recogen un análisis comparativo entre ambos tipos de negocio privado, así como sus beneficios e impactos negativos.

Palabras clave: desarrollo local, destinos, impactos, turismo.

ABSTRACT

The updating of the Cuban economic and social model has allowed business to diversify, and stimulated individuals and groups to use their abilities to start a small business in several sectors throughout the country. Guest houses and trades people have helped the service sector, especially tourism. They are having a local and regional impact which needs to be

described and assessed for other small business opportunities to be identified. The research results were obtained by doing fieldwork through a survey to guest house owners and trades people for tourism in five Cuban cities. Both kinds of small businesses, their profit, and negative impacts are compared.

Keywords: *local development, destinations, impacts, tourism.*

Recibido: 20/09/2018

Aceptado: 17/11/2018

INTRODUCCIÓN

La actualización de los *Lineamientos de la política económica y social del Partido y la Revolución cubana* para el período 2016-2021 (PCC, 2017) expresan que la actividad turística deberá tener un crecimiento acelerado que garantice la sostenibilidad y dinamice la economía (Lineamiento 207); además, insisten en que la actividad no estatal en alojamiento, gastronomía y otros servicios se continuará desarrollando como oferta turística complementaria a la estatal (Lineamiento 210). En efecto, los crecimientos experimentados en los dos últimos años en el arribo de visitantes al país y el auge en el otorgamiento de licencias para el trabajo por cuenta propia, vinculado a la actividad terciaria, son evidencia de que el sector mantiene una impronta marcada en el devenir socioeconómico nacional. El Partido Comunista de Cuba (PCC) anunció que se plantea legalizar a las PYME al considerarlas parte complementaria de la economía y dotarlas de personalidad jurídica, según los proyectos sobre la Conceptualización del Modelo Económico y Social y el Plan de Desarrollo hasta el año 2030 (Agencia EFE, 2016). En esos documentos, el PCC reconoce que la propiedad privada cumple una función social y sus titulares son personas naturales o jurídicas –tanto cubanas como extranjeras– en determinadas actividades. En ese sentido, también admite que las personas naturales cubanas pueden constituir tanto pequeños negocios realizados en lo fundamental por el trabajador y su familia, como empresas privadas de mediana, pequeña y micro escalas, según el volumen de su actividad y cantidad de trabajadores, reconocidas como

personas jurídicas (Agencia EFE, 2016). Este reconocimiento les podría permitir, eventualmente, exportar o importar insumos desde el extranjero, por ejemplo, algo que ahora solo pueden hacer las empresas estatales (Associated Press, 2016). Hasta marzo de 2016, el número de cuentapropistas en Cuba había ascendido a 507 342, cifra que ratifica la validez de esa opción como fuente de empleo, de acuerdo con funcionarios del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social. De ellos parten más de 6 000 emprendimientos que responden a las características conceptuales de, al menos, una microempresa (Associated Press, 2016).

En temas de turismo, las licencias relacionadas con el alojamiento, restaurantes y artesanías ocupan los lugares cimeros; provocan impactos positivos y negativos, y generan retos para la operación-planificación-gestión de entidades y destinos. A tales efectos, la Facultad de Turismo de la Universidad de La Habana lidera el proyecto de investigación Desarrollo Local Endógeno y Turismo: potencialidades para la diversificación económica y sustentable de municipios cubanos, el cual se plantea como objetivo general evaluar el impacto socio-económico generado por la actividad turística en el desarrollo local municipal, en el contexto de actualización del modelo económico y social cubano. Algunos de sus resultados parciales se ofrecen en el presente informe.

La estructura del trabajo incluye un breve acercamiento al panorama del trabajo por cuenta propia vinculado al turismo en Cuba, la descripción de los principios metodológicos que rigen la investigación de origen, los impactos relacionados con el objeto de estudio y los desafíos para su desarrollo sostenible.

1. EL TRABAJO POR CUENTA PROPIA EN CUBA

El inicio del trabajo por cuenta propia se remonta a mucho antes de la década del 90, pues el 3 de julio de 1978 se dicta el Decreto-Ley No. 14, «Sobre el ejercicio de actividades laborales por cuenta propia» (Consejo de Estado, 1978), el cual es derogado por el Decreto-Ley No. 141/93 (Consejo de Estado, 1993). Este último permite un crecimiento estimado de 160 000 trabajadores para el año 1994 en esta esfera (González, 2014). Esta actividad se ratifica con la Ley No. 73, Del Sistema Tributario, de la Asamblea Nacional del Poder Popular (ANPP, 1994), la cual regulaba el funcionamiento de los paladares y el Decreto-Ley No. 171 del Consejo de Estado, el que aprueba y autoriza el arrendamiento de las viviendas de más de dos habitaciones con servicio sanitario propio o no y el de los espacios de la misma, por parte de

sus propietarios, mediante precio libremente concertado y previa inscripción en la dirección municipal de la vivienda correspondiente (Consejo de Estado, 1997).

En el período establecido entre 1997 y 2002 se retiran de esta forma de empleo alrededor de 290 980 cuentapropistas por causa de la poca demanda y otros factores (Pérez *et al.*, 2004) como la publicación de la Resolución Conjunta No. 1/1996 del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social (MTSS) y el Ministerio de Finanzas y Precio (MFP), la cual establece la disminución de las licencias otorgadas del total de solicitudes (MTSS y MFP, 1996). Durante el período de 1999 al 2011, el trabajo por cuenta propia (TCP) representaba entre el 2,83 % y 3,84 % del total de empleos en el país; cifra que se disparó en el 2011, cuando alcanzó el 7,81 %. Este cambio ocurre debido a que en ese momento se retoma la idea de recuperar el sector no estatal como resultado de los *Lineamientos de la política económica y social del Partido y la Revolución*, del VI Congreso del PCC; aquí se orienta el desarrollo de esta actividad a través del Lineamiento 158, que establece la ampliación de esta modalidad de trabajo como una alternativa más de empleo, en dependencia de las nuevas formas organizativas de la producción y los servicios que se establezcan.

Para dar respuesta a ello, se aprueban 178 modalidades de trabajo por cuenta propia (TCP), a través de la Resolución 32/2010 (MTSS, 2010a), derogada mediante la Resolución 33/2010 (MTSS, 2010b), donde se aumentan estas actividades hasta 181, cifra que se extendió a 201 modalidades tras la aplicación de la Resolución 41/2013 del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social (MTSS, 2013a). Actualmente se ha establecido esta cantidad en función de la agrupación de modalidades de otorgamiento de licencias.

A este marco legal, se unen reglamentos y documentos que contribuyen a flexibilizar las medidas para el desarrollo de este sector (Lafá, 2013). Entre estos se encuentran:

- Contratación de trabajadores autorizada en todas las actividades.
- Autorización a los jóvenes para que se integren a estas funciones.
- Arrendamiento de locales propiedad del Estado a cuentapropista para la realización de sus respectivas actividades.
- Capacitación de los cuentapropistas en las escuelas turísticas, en igualdad de condiciones que el resto de las instituciones del sector.
- Aprobación de las cooperativas no agropecuarias.
- Otorgamiento de créditos bancarios a trabajadores no estatales.

- Inclusión de los cuentapropistas en el código de trabajo.
- Aprobación de la contratación de algunos servicios privados a entidades estatales, como el servicio de alimentos.
- Autorización de las Agencias de Viajes para la contratación de los servicios brindados por prestatarios privados, entre ellos el alojamiento, la restauración y otros con fines turísticos, como paseos a caballo, coches, carretas, autos antiguos y taxis.
- Eliminación del requisito de ser jubilado o de tener vínculo laboral para ejercer.
- Surgimiento de la posibilidad de adquirir varias licencias.
- Concesión a paladares para comercializar cigarros y tabacos.

Debido al apoyo que brindan estas estructuras a la economía del país y al alivio, en cierta medida, de la demanda de empleo, el Ministerio de Turismo autorizó que se estableciese una relación contractual y operativa entre el sector turístico estatal y los TCP que alquilan viviendas y habitaciones, y los paladares (restaurantes privados). Todo esto se materializó a partir de la Resolución 145/2013 en la que se autoriza a las Agencias de Viajes del sistema de turismo a contratar sus servicios (MTSS, 2013b). También pueden organizarse excursiones, circuitos u otros programas turísticos por Agencias de Viajes utilizando servicios privados, tales como paseos a caballo, en carretas o en los automóviles clásicos, entre otros. Además de alojamiento, restaurantes o excursiones, el sistema turístico cubano puede contratar hasta 28 modalidades de servicios prestados por particulares como trabajos de albañilería, carpintería, cerrajería, cristalería, electricistas, jardineros o servicios de construcción, reparación y mantenimiento de inmuebles.

Hasta el cierre del año 2016, se firmaron 1 332 contratos con TCP por parte de las Agencias de Viajes, de ellos 750 de transportación, 389 con casas de alojamiento y 193 con paladares. En todo el país se cuenta con una capacidad de alojamiento en el sector privado de 3 654 casas completas y 13 343 habitaciones, así como 1 750 paladares para el turismo.

El impacto generado por esta forma de gestión se visualiza en un contexto territorial, pues estas nuevas modalidades se unen a los ingresos que a escala local se generan a partir de la Contribución Territorial para el Desarrollo (CTDL), conocido como el 1 %. Hasta noviembre de 2017, los consejos de las administraciones municipales y provinciales habían aprobado el empleo de más de 429 millones de pesos provenientes de la CTDL. Sin embargo, si algo está limitando el uso eficiente de este impuesto es la ausencia de planes de desarrollo local bien

concebidos, donde estén definidas las prioridades que han de sustentarse en estudios de factibilidad (Castro, 2018).

2. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

Los resultados que se presentan forman parte del proyecto de investigación Desarrollo Local Endógeno y Turismo: potencialidades para la diversificación económica y sustentable de municipios cubanos, el cual ha evaluado el impacto generado por el trabajo por cuenta propia vinculado al turismo, en doce ciudades cabeceras municipales-provinciales.

La investigación que se presenta es de tipo fundamental al evaluar los impactos del trabajo por cuenta propia; sus resultados podrán ser utilizados en posteriores estrategias de desarrollo y vincularse a la formulación de nuevos problemas que pueden ser utilizados como partida o fuente de futuras investigaciones. Además, es una investigación descriptiva, pues se encarga de registrar, analizar y describir las características observables y generales de los fenómenos objeto de investigación existentes en el preciso momento en que se realiza el estudio. Es por tanto una investigación mixta que permite, a su vez, combinar los métodos teóricos y empíricos para contrastar las investigaciones documentales de los temas abordados con la realidad a través de la recogida de información primaria mediante el trabajo de campo.

2.1. Métodos y técnicas utilizados en la investigación

2.1.1. Métodos empíricos

Se clasifican en fundamentales y complementarios. Dentro de los primeros se encuentran la observación y la experimentación; mientras que en los segundos, están la encuesta y la entrevista. De ellos, en el presente trabajo se utilizan los siguientes:

- **Análisis bibliográfico:** se utiliza para la elaboración del marco teórico con el fin de sistematizar conceptos para obtener información que fundamente la investigación.
- **Observación científica:** se realiza en el momento inicial de cada etapa de la investigación para hacer un análisis previo del destino turístico a estudiar, su caracterización y para inventariar los atractivos turísticos del destino.

- Entrevistas individuales: se aplican a diferentes personas naturales o jurídicas que favorecen la obtención de información sobre la actividad no estatal referida a opiniones y actitudes de los entrevistados al respecto.
- Encuestas: inicialmente fueron aplicadas en una prueba piloto a los arrendadores de viviendas, espacios y habitaciones, a los elaboradores vendedores de alimentos en paladares y a los vendedores de artesanía de forma personal, los cuales fueron seleccionados de forma aleatoria. En el primer momento esta prueba contó con gran cantidad de preguntas abiertas o no estructuradas con el fin de esclarecer las características principales del TCP para, posteriormente, elaborar una encuesta más precisa y con preguntas cerradas a un conjunto de cuentapropistas seleccionados de forma aleatoria, a fin de lograr una mayor veracidad en los datos obtenidos. Se aplicaron tres modelos de encuestas: para los arrendadores de viviendas y habitaciones, para los trabajadores de los paladares y para los vendedores de las galerías. Para su aplicación se utilizaron establecimientos localizados en las calles más transitadas por los visitantes, donde desarrollan la mayoría de los recorridos turísticos en la zona. Su objetivo principal fue evaluar el impacto del TCP para lo cual se presentan preguntas cerradas, semicerradas y abiertas en el menor de los casos, estas últimas con el fin de determinar las características propias de cada actividad y los ingresos aproximados que perciben estos trabajadores (Anexos 1 y 2).

2.1.2. Métodos matemáticos estadísticos

Estos contribuyeron a determinar la muestra de sujetos a estudiar, tabular y procesar los datos empíricos obtenidos y establecer las generalizaciones apropiadas a partir de ellos, utilizando herramientas como el análisis porcentual, la distribución de frecuencias y las medidas de tendencia central: media, mediana y moda. Para su cálculo se utilizaron los programas Microsoft Excel y SPSS versión 18.

En la investigación se trabajó con fuentes de investigación primaria y secundaria, puesto que se analizaron diversos documentos sobre los temas tratados, dígase información secundaria, la cual se comparó con la evidencia obtenida tras el trabajo de campo mediante las entrevistas, encuestas y observación.

3. IMPACTOS RELACIONADOS CON EL TPC VINCULADO AL TURISMO Y LOS DESAFÍOS PARA SU DESARROLLO SOSTENIBLE

Al cierre de 2016, Cuba disponía de 65 447 habitaciones en 372 instalaciones de alojamiento. A ello se suman 4 terminales de cruceros, 7 marinas y 10 aeropuertos internacionales. Desde enero hasta el 15 de noviembre de 2017, se reportaban 4 091 112 visitantes internacionales al país; lo que representa un crecimiento del 20,9 % con relación a igual período del año anterior. El sector generó más de 2 000 millones de CUC en ingresos, esto lo posicionó en un rango de liderazgo en aportes al PIB. A estas cifras han de sumarse 1 750 paladares y 39 581 habitaciones en casas particulares, gestionadas por cuentapropistas.

Comparativamente, las cifras pudieran parecer poco representativas, pero el sector no estatal asume una cuota de mercado que significa el 24,4 de los turistas- días, ¹ a nivel de país. Según reportes de alojados en los últimos cuatro años, puede visualizarse la magnitud de las cifras que han de manejarse (Tabla 1):

Tabla 1. Alojamiento de turistas.²

Sectores	2014	2015	2016	2017
Estatel	14 044 830	16 324 147	12 435 850	12 372 243
Privado	3 445 845	4 412 525	4 545 734	5 190 815
Total	17 490 675	20 736 672	16 981 584	17 563 058

Los resultados que se presentan a continuación sistematizan los estudios desarrollados en las ciudades siguientes: Centro Histórico de La Habana, Centro Histórico de Trinidad, Gibara, Bayamo, Santa Cruz del Norte y la Ciénaga de Zapata.

3.1. Síntesis de resultados derivados de las encuestas aplicadas a emprendedores vinculados al alojamiento

Las casas empleadas para el arrendamiento de habitaciones y viviendas presentan un estado constructivo bueno. Además, se evidencia que el espacio donde se desarrolla la actividad es propiedad de los arrendadores.

El servicio de alojamiento se brinda en las dos monedas que circulan en el país. Las habitaciones se componen de dos camas y se alquilan entre una y tres habitaciones. Se ofrecen servicios adicionales como desayuno, comida y servicio de taxi; en algunos casos se vinculan las estancias con clases de idioma y baile, así como excursiones.

El 65 % de los arrendadores encuestados ha utilizado las recomendaciones de sus clientes como principal vía de comunicación para comercializar y distribuir sus servicios. El 60 % emplea Internet, por lo que muchos de estos negocios cuentan con páginas propias y con otras que se utilizan para vender esta oferta no estatal; asimismo se encuentran representados en redes sociales. Otros medios utilizados son las guías internacionales, donde muchos clientes inscriben a los arrendadores como señal de satisfacción hacia los servicios recibidos. A estas le siguen, en orden de importancia, los gestores de alojamiento y las Agencias de Viajes privadas y estatales.

El precio promedio de la habitación por noche es 20 CUC y se establecen dos tarifas: una para la temporada de alta y otra para la baja. Como tarifa media se cobra 22 CUC en la primera y 14, en la segunda. La Oficina Nacional de Administración Tributaria (ONAT) realizó estudios referidos a esta modalidad de alojamiento y determinó que el 31 % aumentó el precio de sus habitaciones a partir del 2013.

La estancia promedio de los clientes en las casas particulares es de uno a cuatro días, y aun puede extenderse hasta siete, lo que supera el comportamiento de este indicador para instalaciones de alojamiento estatal.

El promedio de ingresos brutos mensuales de los arrendadores es 312,10 CUC; entre 150 y 800 CUC oscilan los ingresos de cada mes, aunque el más frecuente es el primero. Si se compara esta cifra con los 391,10 CUP promedio que se perciben por concepto de salario mensual en el sector hotelero, según datos de la ONEI, se constata que los beneficios monetarios que genera el sector privado resultan ser más de diez veces superiores a los que percibe el trabajador estatal.

El comportamiento del arribo de clientes se encuentra en ascenso, por una parte, y estable por otra. Si bien el número de turistas alojados en casas particulares no había decrecido, los encuestados aseguran que los clientes no gastan como en años anteriores, por lo que exigen precios más bajos. Además, no consumen los servicios complementarios que se les ofrecen, como desayunos y cenas, por la presencia de paladares que brindan estos servicios con una mayor calidad y variedad.

De manera general los clientes son extranjeros, con una ligera mayor presencia de mujeres que de hombres. Predominan las parejas, amigos y familia. El comportamiento etario indica presencia de edades laborales, con ingresos de medios a bajos. Proviene de una amplia gama de mercados emisores, entre los que se destacan Italia, Francia, España, Alemania, Suiza, Holanda, Argentina, Reino Unido, Austria y Estados Unidos.

Más del 50 % de los arrendadores encuestados realizan la actividad desde hace más de once años, mientras que el resto desempeña esta función desde hace menos de cinco años. Solo el 5 % lleva entre seis y diez años, lo que refleja que la mayoría de estos cuentapropistas no iniciaron la actividad después de las facilidades ofrecidas a partir del año 2010, sino que la desempeñaban desde la apertura de este sector social en el año 1997, con el Decreto-Ley No.171/1997. En función de la experiencia, se contratan a otros empleados, incluyendo las trabajadoras domésticas. La mayor parte de los contratados viven en el municipio.

3.2. Síntesis de resultados derivados de las encuestas aplicadas a emprendedores vinculados a la restauración (paladares)

El estado constructivo de las viviendas en las que se realiza la restauración es bueno. En el 72,2 % de los casos, la actividad se realiza en espacios propios, o sea en las viviendas de los cuentapropistas, mientras que el 27,8 % lo hace en espacios arrendados a otros propietarios privados, lo cual corrobora lo explicado con anterioridad respecto a la utilización de los espacios con fines de arrendamiento. El uso residencial doméstico de las viviendas se sustituye en el 33,3 % de los casos para ser utilizadas totalmente para la restauración, aunque en el 66,7 % no se utilice solamente para este fin, sino que se destina al uso residencial, y en algunas ocasiones coexisten a su vez con el arrendamiento de habitaciones, galerías u otra actividad privada. En los casos en que se utiliza toda la vivienda para la actividad por cuenta propia, sus dueños se desplazan a otras localizadas fuera del Centro Histórico, solo un 5,6 % mantiene una vivienda en esta zona.

El servicio se ofrece en ambas monedas. El promedio de plazas es de 50 aproximadamente, aunque se presentan entre 15 y 200 plazas. Como se conoce, la Resolución 41/2013 del MTSS solo permite como máximo la utilización de 50 plazas, sin embargo, en una vivienda puede haber más de un trabajador privado con la misma licencia, por lo que los familiares que la habitan asumen esta actividad hasta sumar el número de plazas que necesiten. Esto también

depende del tamaño de la vivienda, que en estos casos está favorecido por la distribución del inmueble colonial, la casa trinitaria, que generalmente responde a una tipología única definida como la casa de patio, lo que permite el espacio requerido (MTSS, 2013a).

Estos establecimientos ofertan comida típica o tradicional, internacional, especializada y temática, según orden de importancia. Los suministros para su abastecimiento se obtienen de productores locales del municipio, de otros municipios de la provincia y hasta de otras provincias. Esto se debe a la alta demanda que existe de productos como la cerveza y los refrescos enlatados por parte de los residentes locales, los visitantes, los establecimientos privados como los paladares y los arrendadores de viviendas y habitaciones, lo que imposibilita su estabilidad en los *stocks* de las tiendas de comercio minorista.

Los canales de comunicación a los que recurren los paladares son por orden de prioridad: Internet, las casas particulares, las Agencias de Viajes estatales, las guías internacionales de viajes en las que los inscriben sus propios clientes, las recomendaciones, los gestores privados de alojamiento y restauración, las Agencias de Viajes privadas y las revistas.

La llegada de comensales a estas instalaciones se mantiene, de manera general, estable, aunque inciden factores como las cortas estancias y la disminución en los gastos del turista en destino que inciden en la variabilidad de este indicador. Al igual que en el caso anterior, los clientes vienen en parejas, acompañados de sus familiares, están con amigos o llegan solos. Los ingresos son medios. En cuanto a sus ocupaciones, muchos son profesionales, seguidos de estudiantes, obreros, empleados y jubilados.

Los paladares reciben turistas extranjeros que proceden fundamentalmente de los mercados emisores: Italia, Francia, España, Alemania, Canadá, Argentina, Reino Unido, Holanda, Rusia y Suiza.

A diferencia de los arrendadores, los propietarios de paladares llevan menos de cinco años realizando este TCP, lo que ratifica el hecho de la paralización de la actividad de los paladares, iniciada en el año 1994. La política trazada en el 2010, ha permitido que se generen estas formas de negocio, que a su vez, en más del 80 % de los casos contratan a trabajadores. Los cuentapropistas que no tienen empleados contratados cuentan con establecimientos pequeños, en los cuales realizan todas las funciones del paladar. Tienen de 4 hasta 10 trabajadores, como promedio cuentan con 6, pero la cantidad más usual es 4. El 100 % de los empleados viven en el municipio, mientras que cerca del 30 % de ellos vive específicamente

en el Centro Histórico, lo cual permite que los ingresos que genera la actividad se reinviertan o utilicen en todo el municipio.

CONSIDERACIONES FINALES

A partir del análisis de la experiencia de los encuestados en sus actividades respectivas, los paladares se incorporaron a la actividad turística más recientemente que los arrendadores de viviendas, los cuales llevan mucho más tiempo posicionados en el mercado desde la aprobación oficial de esta actividad, mientras que los restaurantes privados se han ido incorporando de forma más gradual debido a la apreciación de los beneficios que viene trayendo esta actividad en todo el país y de su necesaria aparición como resultado de la demanda existente.

Los beneficios de ambas actividades se han expandido más allá de sus titulares, pues alcanza a otros actores de la comunidad que interactúan de una manera u otra con estas formas de negocio e incluso se integran como trabajadores contratados que inciden directamente en la variedad de los servicios prestados. Todos ellos mejoran su nivel de vida y así se crea una cadena de beneficio consecuente, en la que toda la población se va viendo involucrada de una forma u otra.

Casi la totalidad de los negocios estudiados se encuentran en buenas condiciones constructivas y son propiedad de sus titulares en el caso de las casas de arrendamiento, pues legalmente no se permite sobrearrendar la vivienda; sin embargo, solo un poco más de la mitad de los paladares son de la propiedad de los titulares, el resto ha sido rentada a un propietario privado, lo que representa una incipiente inversión de capitales provenientes de las afueras de la zona del Centro Histórico. Este lugar se ha ido enriqueciendo en cantidad, variedad y calidad de la oferta extrahotelera privada que complementa al sector estatal.

En las casas particulares, la familia convive con los huéspedes en el mismo espacio, mientras que en el caso de los paladares, la familia se ha desplazado a otro lugar para aprovechar de forma total el espacio de la vivienda en función de la actividad por cuenta propia.

Los servicios brindados por ambos tipos de negocio delimitan, claramente, sus segmentos de mercado al diferenciar los precios y las monedas de facturación. Los paladares, aun cuando reciben mayoritariamente un turismo foráneo, diseñan sus menús para el consumo de la población local y de turistas nacionales provenientes de otros municipios y provincias. Las

casas particulares modifican sus precios en función de los nacionales cuando se celebra un evento y la demanda es elevada, sin embargo, su mercado objetivo siempre es el visitante extranjero.

En cuanto a los canales de comunicación y promoción, las recomendaciones en ambos casos ocupan una posición cimera como principal captadora de huéspedes y comensales, también se incluyen los taxistas, guías locales y otros arrendadores. En ambos casos, pero más asiduamente, se destaca el accionar de las Agencias de Viajes, ya sean nacionales o extranjeras. Las casas particulares han aprovechado más certeramente las posibilidades del Internet y de las tecnologías para los *smartphones* en su promoción, pues se encuentran inscritas en sitios reconocidos como TripAdvisor y AirBnB; en tanto los paladares tienen mayor presencia en redes sociales como Facebook y solo unos pocos se encuentran inscritos a TripAdvisor.

Tanto en las casas particulares como en paladares se manifiesta un estado de estabilidad en el arribo de huéspedes y comensales. Aun cuando se recibe cierta diversidad de tipología de clientes para ambos tipos de negocios, existe un consenso en el hecho de que se recibe la misma cantidad de hombres que de mujeres, pues la mayoría viaja en parejas, cuya edad es mayor a los 40 años. También predominan aquellos entre 30 y 40 años, con nivel económico que tiende a ser medio y un nivel educacional medio y medio-alto; la mayoría son obreros, jubilados y profesionales.

A partir de los resultados obtenidos en las encuestas realizadas a arrendadores de viviendas y habitaciones y a los titulares de paladares, ha sido posible identificar qué impactos está generando su quehacer en las comunidades de origen, los cuales devienen en retos para la gestión del desarrollo en el ámbito local. Estos se resumen a continuación:

- Diversificación y creación de empleos.
- Variedad de tipología de licencias para el trabajo por cuenta propia vinculadas directa o indirectamente al turismo.
- Aumento de los ingresos personales.
- Migración laboral desde el sector estatal para abrir un negocio privado o trabajar en uno.
- Derrama económica que se traduce en una cadena de beneficios.
- Mejoramiento del nivel de vida.

- Incremento de la duración de la estancia media en el destino.
- Diversidad en el uso canales de comunicación a partir del incipiente aprovechamiento de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC).
- Aumento de los arribos turísticos.
- Dualidad de funciones en el espacio privado, pues la vivienda pierde total o parcialmente su función natural como espacio residencial para combinarse con otras de carácter comercial y lucrativo.
- Tercerización del espacio privado residencial.
- Captación de ingresos por concepto de impuestos.
- Disponibilidad de recursos para el desarrollo local derivado de los impuestos tributarios.

De manera general, pueden evaluarse los impactos de la actividad por cuenta propia vinculada al turismo como positivos para el desarrollo de los destinos –territorios cubanos–, al generar beneficios directos para sus pobladores y mejorar consecuentemente su nivel de vida, además de influir en la llegada de visitantes, en la creación de nuevos empleos y servicios y en que se produzca un incentivo a la promoción a partir del uso de las TIC. Sin embargo, los impactos negativos evidencian transformaciones que ocurren a nivel del espacio privado, especialmente en temas constructivos y de funciones. Aún sin mostrar signos de alarma, se hace necesario profundizar en su estudio para evitar procesos de degradación identitaria y de gentrificación en el futuro.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Agencia EFE (2016): «Cuba legalizará las pequeñas y medianas empresas privadas», <<http://www.elmundo.es/internacional/2016/05/25/574565aae2704e813e8b464f>> [10/06/2018].

ANPP (1994): «Ley No. 73, Del Sistema Tributario», 4 de agosto, La Habana.

Associated Press (AP) (2016): «Cuba le da luz verde a las pequeñas y medianas empresas», *La Tercera*, <<http://www.latercera.com/noticia/cuba-le-da-luz-verdad-a-las-pequenas-y-medianas-empresas/>> [13/10/2016].

Arroyo, E. (2013): «Los emprendedores en el punto de mira», *Escritura pública*, n.º 83, <http://www.notariado.org/liferay/c/document_library/get_file?folderId=12092&name=DLFE-112067.pdf> [25/11/2013].

Castro, Y. (2018): «Del letargo a la oportunidad», *Granma*, Suplemento especial, 24 de enero, La Habana.

Consejo de Estado (1978): «Decreto-Ley No. 14, Sobre el ejercicio de actividades laborales por cuenta propia», 3 de julio, La Habana.

Consejo de Estado (1993): «Decreto-Ley No. 141/93, Sobre el ejercicio del trabajo por cuenta propia», La Habana.

Consejo de Estado (1997): «Decreto-Ley No. 171, Sobre arrendamiento de viviendas», 15 de mayo, La Habana.

De Franco, A. (2009): «¿Por qué precisamos de un desarrollo local integrado y sostenible?», *Instituciones y Desarrollo*, <<http://redelaldia.org/IMG/pdf/porque.pdf>> [21/10/2013].

González Beltrán, A. (2014): «Evaluación del impacto del ejercicio del trabajo por cuenta propia, relacionado con el turismo en el Centro Histórico Urbano de Trinidad», tesis de licenciatura, Facultad de Turismo, Universidad de La Habana.

Izquierdo, L. (2016): «Crecen cooperativas no agropecuarias en Cuba», *Adelante.cu*, <<http://www.adelante.cu>> [12/10/2016].

Lafá Armenteros, D. (2013): «Trabajo por cuenta propia y ¿por cuenta ajena?», Servicio Especial de la AIN, <<http://www.cubasi.cu/cubasi-noticias-cuba-mundo-ultima-hora/item/23559-trabajo-por-cuenta-propia-y-%C2%BFpor-cuenta-ajena>> [29/12/2013].

MTSS y MFP (1996): «Resolución Conjunta No. 1/1996 », La Habana.

MTSS (2010a): «Resolución 32/2010», La Habana.

MTSS (2010b): «Resolución 33/2010», La Habana.

MTSS (2013a): «Resolución No. 41/2013», *Gaceta Oficial de la República de Cuba*, Edición Extraordinaria No. 27, La Habana.

MTSS (2013b): «Resolución No. 145/2013», *Gaceta Oficial de la República de Cuba*, Edición Extraordinaria No 29, La Habana.

Ojeda, D. (2015): «Las cooperativas no agropecuarias como modelo de gestión de los servicios en Cuba, un análisis de su creación y funcionamiento», *EKOTEMAS, Revista Cubana de Ciencias Económicas*, vol.1, n.º2, pp. 1-12.

PCC (2011): *Lineamientos de la política económica y social del Partido y la Revolución*, VI Congreso del Partido Comunista de Cuba, La Habana.

PCC (2017): *Lineamientos de la política económica y social del Partido y la Revolución para el período 2016-2021*, VII Congreso del Partido Comunista de Cuba, La Habana

Pérez, V.; F. Orberto y M. González (2004): «Los trabajadores por cuenta propia en Cuba», <www.nodo50.org/cubasigloXXI/economia/pizquierdo1_311004.pdf> [24-10-2013].

Pérez, L. (2013): «Trabajo por cuenta propia en Cuba: con más expansión en el 2013», *Prensa Latina*, <<http://www.cubasi.cu/cubasi-noticias-cuba-mundo-ultima-hora/item/24173-trabajo-por-cuenta-propia-en-cuba-con-mas-expansion-en-el-2013>> [29/12/ 2013].

Vázquez, M. (2011): «Reflexiones en torno a la recaudación de recursos financieros para el desarrollo local y la equidad impositiva, su evaluación en Santiago de Cuba», *Observatorio Iberoamericano del desarrollo local y la economía social*, vol. 5, n. °10, <<http://www.red-redial.net/revista-bservatorio,iberoamericano,del,desarrollo,local,y,la,economia,social,oidles-264-2011-5-10.html>> [4/12/2013].

Anexo 1. Modelo de encuesta aplicada a emprendedores turísticos vinculados al alojamiento

Estimados/as:

Por su experiencia en la actividad privada solicitamos nos ayuden con los siguientes cuestionarios. Le agradecemos de antemano por su ayuda.

1. Estado constructivo del inmueble: ____ Bueno ____ Regular ____ Malo

2. Servicio en: ____ moneda nacional ____ pesos convertibles

3. Cantidad de habitaciones disponibles para arrendar: _____

4. Camas por habitación: _____

5. Precio por noche y por persona: _____

6. Otros servicios que brindan:

____Desayuno ____Comidas ____Excursiones y recorridos

____Taxi ____Clases de idioma ____Clases de baile

____Ninguno ____Otro ¿Cuál? _____

7. Características del espacio donde se encuentra la actividad privada en el inmueble:
___ Propio ___ Arrendado a un propietario privado ___ Arrendado al Estado
8. ¿Se utiliza todo el inmueble para el negocio? ___ Sí ___ No
En caso de responder no, qué otras actividades se realizan:
___ Residencial ___ Otra actividad ¿Cuál? _____
___ Otra actividad por cuenta propia ¿Cuál? _____
9. Si se promocionan por alguna vía:
___ Recomendaciones ___ Páginas amarillas de ETECSA ___ En Internet
___ AAVV estatal ___ Gestor privado ___ Casas particulares ___ AAVV privada
___ Ninguna ___ Otra ¿Cuál? _____
10. Ingreso medio (puede ser semanal, mensual, anual. Al menos cuánto se tributa por concepto de impuesto): _____
11. ¿Cómo ha sido el comportamiento de las llegadas de turistas a su vivienda en los últimos años?
___ Ascenso ___ Estabilidad ___ Descenso
12. Origen de los clientes:
12.1. ___ Nacionales: ___ Del mismo municipio ___ De otros municipios
12.2. ___ Extranjeros:
___ Italia ___ España ___ Holanda ___ México ___ Alemania
___ EE.UU. ___ Suiza ___ Turquía ___ Bélgica ___ Reino Unido
___ Francia ___ Austria ___ Australia ___ Rusia ___ Dinamarca
___ China ___ Brasil ___ Costa Rica ___ Corea ___ Groenlandia
___ Namibia ___ Japón ___ Jamaica ___ Canadá ___ Venezuela
___ Finlandia ___ Argentina ___ Sudáfrica
___ Otro país ¿Cuál? _____
13. ¿Cuáles son las características fundamentales de sus clientes?
13.1. Sexo: ___ Mayoría mujeres ___ Mayoría hombre ___ Independiente del sexo
13.2. Edad: ___ Menores de 40 ___ De 41 a 59 ___ Más de 60
13.3. Grupo: ___ Parejas ___ Familia ___ Amigos ___ Solos
13.4. Ingresos: ___ Altos ___ Medianos ___ Bajos
13.5. Ocupación: ___ Desocupados ___ Estudiantes ___ Obreros y empleados
___ Profesionales ___ Jubilados

14. Estancia promedio de los clientes:
 ____De 1 a 3 noches ____De 4 a 7 noches
 ____De 8 a 15 noches ____Más de 15 noches
15. ¿Viven los dueños en el Centro Histórico? ____Sí ____No
16. Tiempo que lleva realizando esta actividad:
 ____Menos de 5 años ____De 5 a 10 años ____Más de 10 años
17. ¿Tiene empleados contratados? ____Sí ____No
 En caso de responder sí, cuántos: _____
18. ¿Dónde viven los empleados?
 ____En el Centro Histórico ____En el Municipio ____Fuera del Municipio

Anexo 2. Modelo de Encuesta aplicada a emprendedores turísticos vinculados a la actividad de restauración (paladares).

Estimados/as:

Por su experiencia en la actividad privada solicitamos nos ayuden con los siguientes cuestionarios. Le agradecemos de antemano por su ayuda.

1. Estado constructivo del inmueble: ____Bueno ____Regular ____Malo
2. Servicio en: ____ moneda nacional ____pesos convertibles
3. Cantidad de plazas (sillas):_____
4. Tipo de oferta: ____ Otra ¿Cuál?_____
- ____Típica o tradicional ____Internacional ____Temática ____Especializada
5. Margen de precios:
 - 5.1 Nombre y precio del plato más caro:_____
 - 5.2 Nombre y precio del plato más barato:_____
 - 5.3 Nombre y precio medio del *table*:_____
 - 5.4 Nombre y precio del plato más demandado:_____
6. Origen de los suministradores:

____Productores locales (del municipio) ____De otros municipios de la provincia

____De otras provincias ____Otro ¿Cuál?_____
7. Características del espacio donde se encuentra la actividad privada en el inmueble:

- ___Propio ___Arrendado a un propietario privado ___Arrendado al Estado
8. ¿Se utiliza todo el inmueble para el negocio? ___Sí ___No
 En caso de responder no, qué otras actividades se realizan en el mismo:
 ___Residencial ___Otra actividad ¿Cuál? _____
 ___Otra actividad por cuenta propia ¿Cuál? _____
9. Si se promocionan por alguna vía: ___Recomendaciones
 ___Páginas amarillas de ETECSA ___En Internet ___AAVV estatal
 ___Gestor privado ___Casas particulares ___AAVV privada
 ___Ninguna ___Otra ¿Cuál? _____
10. Ingreso medio (puede ser semanal, mensual, anual. Al menos cuánto se tributa por concepto de impuesto): _____
11. ¿Cómo ha sido el comportamiento de las llegadas de turistas a su establecimiento en los últimos años?
 ___Ascenso ___Estabilidad ___Descenso
12. Origen de los clientes:
- 12.1. ___Nacionales: ___Del mismo municipio ___De otros municipios
- 12.2. ___Extranjeros:
 ___Italia ___España ___Holanda ___México ___Alemania
 ___EE.UU. ___Suiza ___Turquía ___Bélgica ___Reino Unido
 ___Francia ___Austria ___Australia ___Rusia ___Dinamarca
 ___China ___Brasil ___Costa Rica ___Corea ___Groenlandia
 ___Namibia ___Japón ___Jamaica ___Canadá ___Venezuela
 ___Finlandia ___Argentina ___Sudáfrica
 ___Otro país ¿Cuál? _____
13. ¿Cuáles son las características fundamentales de sus clientes?
- 13.1. Sexo: ___Mayoría mujeres ___Mayoría hombre ___Independiente del sexo
- 13.2. Edad: ___Menores de 40 ___De 41 a 59 ___Más de 60
- 13.3. Grupo: ___Parejas ___Familia ___Amigos ___Solos
- 13.4. Ingresos: ___Altos ___Medianos ___Bajos
- 13.5. Ocupación: ___Desocupados ___Estudiantes
 ___Obreros y empleados ___Profesionales ___Jubilados

14. ¿Cuál es el gasto aproximado por cliente? ____Menos de 5 pesos ____De 5 a 10 pesos
____De 10 a 20 pesos ____Más de 20 pesos
15. ¿Viven los dueños en el centro histórico? ____Sí ____No
16. Tiempo que lleva realizando esta actividad:
____Menos de 5 años ____De 5 a 10 años ____Más de 10 años
17. ¿Tiene empleados contratados? ____Sí ____No
En caso de responder sí, cuántos: _____
18. ¿Dónde viven los empleados?
____En el Centro Histórico ____En el Municipio ____Fuera del Municipio

Notas aclaratorias

¹Total de turistas multiplicado por la estancia promedio en el destino. La estancia promedio en Cuba para el 2016 fue de 9,7 días, aunque muestra una tendencia al descenso asociado al crucerismo.

²Las cifras corresponden a los cierres del primer semestre (enero-junio) en cada año.