

Tipo de artículo

Recibido: 22-06-2025 Aceptado: 20-10-2025

Gestión comercial de destinos y entidades turísticas

Puesta en valor de una ruta turística para la ciudad de Cárdenas como destino. Ronera “Eladio de Marcos” como atractivo turístico

Promotion of a tourist route for the city of Cardenas as a destination. “Eladio de Marcos” rum factory facilities as a tourist attraction

1. Yelenrys Noda Fernández

Departamento de Economía, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de Matanzas, Autopista a Varadero km 3 ½, Matanzas. Cuba.

(nodayelennys@gmail.com) ID ORCID: <https://orcid.org/0009-0005-1986-5965>

2. Roberto Carmelo Pons García

Departamento de Economía, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de Matanzas, Autopista a Varadero km 3 ½, Matanzas. Cuba.

(roberto.pons@umcc.cu) ID ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0836-8323>

3. Dayle la Rosa Pulido

Ronera Cárdenas, Avenida 13, Sáez, Cárdenas, Matanzas, Cuba.

(daylelarosa@gmail.com) ID ORCID: <https://orcid.org/0009-0009-5655-8840>

4. Yaunier Zulueta Martínez

Ronera Cárdenas, Avenida 13, Sáez, Cárdenas, Matanzas, Cuba.

(nodayelennys@gmail.com) ID ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-8445-2475>

5. Jensy Tanda Díaz

Departamento de Economía, Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de Matanzas, Autopista a Varadero km 3 ½, Matanzas. Cuba.

(jensy.tanda@umcc.cu) ID ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0214-7888>



Resumen

En el contexto actual, el desarrollo sostenible y armonioso de las ciudades depende en gran medida de cómo estas se planifiquen, construyan y gestionen estratégicamente. En este escenario, el turismo emerge como una industria clave, capaz de dinamizar las economías locales, preservar el patrimonio cultural y generar inclusión social. Cada vez más ciudades compiten entre sí por atraer visitantes e inversiones, apostando por una diversificación de sus ofertas turísticas y una revalorización de sus elementos identitarios. Bajo esta perspectiva, el turismo enológico e industrial se posiciona como una alternativa innovadora que puede contribuir a la revitalización económica de territorios con gran riqueza cultural e histórica. La ciudad de Cárdenas, en la provincia de Matanzas, posee un notable valor patrimonial vinculado al desarrollo industrial del ron, especialmente a través de la Ronera “Eladio de Marcos”, heredera de la tradición de la emblemática industria Arechabala. Esta historia, junto con las dificultades económicas actuales que enfrenta dicha industria, revela la necesidad de reinventar su modelo de sostenibilidad, aprovechando su potencial turístico. El presente artículo propone un procedimiento para el diseño de rutas turísticas en la ciudad de Cárdenas que incluya a la Ronera como uno de sus principales atractivos, articulando experiencias auténticas que integren historia, cultura, producción y degustación. Esta iniciativa busca posicionar a la ciudad como un destino turístico urbano alternativo, promoviendo la diversificación de productos turísticos y contribuyendo al fortalecimiento de su identidad local.

Palabras Clave: turismo urbano, rutas turísticas, ron cubano, patrimonio industrial, sostenibilidad, Cárdenas.

Abstract

In the current context, the sustainable and harmonious development of cities largely depends on how they are strategically planned, built, and managed. In this scenario, tourism emerges as a key industry capable of revitalizing local economies, preserving cultural heritage, and fostering social inclusion. Increasingly, cities compete with one another to attract visitors and investments, striving to diversify their tourism offerings and revalue their unique identity assets. From this perspective, enological and industrial tourism is positioned as an innovative alternative that can contribute to the economic revitalization of territories with rich cultural and historical heritage. The city of Cárdenas, in the province of Matanzas, holds significant heritage value linked to the industrial development of rum, especially through the “Eladio de Marcos” Rum Distillery, heir to the tradition of the emblematic Arechabala industry. This history, combined with the current economic challenges faced by the distillery, highlights the need to reinvent its sustainability model by leveraging its tourism potential. This article proposes a procedure for designing tourist routes in the city of Cárdenas that include the rum distillery as one of its main attractions, offering authentic experiences that integrate history, culture, production, and tasting. This initiative aims to position the city as an alternative urban tourist destination, promoting the diversification of tourism products and contributing to the strengthening of its local identity.

Keywords: urban tourism, tourist routes, Cuban rum, industrial heritage, sustainability, Cárdenas.



Introducción

El turismo urbano ha adquirido un protagonismo notable en el escenario turístico contemporáneo, consolidándose como una de las formas más dinámicas y versátiles de explorar las ciudades y sus múltiples dimensiones (Cuellar Mondeja, 2025). A medida que la globalización transforma las dinámicas territoriales y socioculturales, las ciudades compiten por atraer flujos turísticos que no solo consumen servicios, sino que buscan experiencias auténticas, conocimientos históricos y contacto directo con las culturas locales (Dueñas Reyes *et al.*, 2025b). Este fenómeno ha llevado a que numerosos centros urbanos reconfiguren su modelo de desarrollo, apostando por estrategias que integren el turismo como herramienta de revitalización económica, rescate patrimonial y cohesión social.

En este contexto, el desarrollo turístico urbano no puede concebirse sin una adecuada planificación estratégica, que contemple tanto las características particulares del territorio como las nuevas demandas del mercado (Redero Orozco *et al.*, 2025). Ciudades como París, Barcelona o Buenos Aires han logrado posicionarse exitosamente como destinos turísticos de referencia, gracias a la puesta en valor de su historia, cultura, arquitectura e identidad. Sin embargo, también emergen otras ciudades que, si bien no gozan aún de un reconocimiento turístico masivo, poseen un potencial significativo para insertarse en el mapa del turismo cultural e industrial a través de productos innovadores y auténticos que resalten sus atributos diferenciales (Dueñas Reyes *et al.*, 2024).

La ciudad de Cárdenas, ubicada en la provincia de Matanzas, es uno de esos espacios urbanos con una rica herencia histórica e industrial, que aún no ha sido plenamente explotada desde el punto de vista turístico. Fundada en el siglo XIX y conocida por su importante rol en la economía cubana, especialmente a través de su vínculo con la industria azucarera y la producción de ron, Cárdenas guarda en su memoria colectiva y en su tejido urbano múltiples huellas del desarrollo económico, social y cultural del país. Una de las manifestaciones más relevantes de este legado es la Ronera “Eladio de Marcos”, heredera directa de la histórica industria Arechabala, famosa por haber producido el mundialmente conocido ron Havana Club, antes de su nacionalización.

El patrimonio industrial, tradicionalmente relegado dentro de la oferta turística, ha comenzado a ganar terreno como una modalidad capaz de conectar la memoria histórica con los procesos productivos actuales, ofreciendo una experiencia turística distinta, formativa y enriquecedora. En particular, el turismo enológico e industrial —que integra visitas a fábricas, degustaciones, rutas patrimoniales, museos y talleres— ha demostrado su efectividad para dinamizar territorios marcados por la desindustrialización o la reconversión económica. Este tipo de turismo no solo promueve el conocimiento de los procesos de elaboración de productos emblemáticos como el ron, sino que también contribuye a la revalorización de la identidad local y al fortalecimiento del orgullo comunitario.



En el caso de Cárdenas, la existencia de un bien patrimonial tan significativo como la Ronera, combinada con una ciudad cargada de historia, arquitectura neoclásica y tradiciones locales, ofrece un escenario idóneo para el diseño de rutas turísticas temáticas que integren el patrimonio industrial con otros elementos culturales. Sin embargo, esta potencialidad ha sido subutilizada, en parte debido a la limitada articulación entre los actores locales, la falta de productos turísticos estructurados y la escasa visibilidad de la ciudad dentro del sistema turístico nacional.

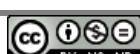
La planificación y promoción de nuevas rutas turísticas en Cárdenas representa una estrategia clave para revertir esta situación. Dichas rutas permitirían conectar espacios emblemáticos de la ciudad con la experiencia sensorial y cultural que ofrece la visita a la Ronera “Eladio de Marcos”, estructurando un producto turístico integral que combine historia, cultura, degustación, tradición y aprendizaje. Además, permitirían insertar a Cárdenas dentro del circuito del turismo cultural cubano, diferenciado del tradicional modelo de sol y playa, y más alineado con las tendencias actuales de los turistas, que cada vez valoran más la autenticidad, la sostenibilidad y el carácter experiencial del viaje.

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT), un destino turístico debe tener capacidad de atraer y retener visitantes, gestionando eficientemente sus recursos y adaptándose a las nuevas demandas del mercado. En este sentido, el marketing de ciudades y la planificación estratégica juegan un papel esencial. Permiten identificar segmentos de demanda, definir productos diferenciadores y articular acciones entre los distintos actores involucrados en la gestión del destino (Dueñas Reyes *et al.*, 2025a). La ciudad de Cárdenas requiere, por tanto, de un enfoque integral que no solo mejore sus condiciones infraestructurales y de servicios, sino que construya un relato coherente y atractivo que pueda ser vivido por el visitante.

Los nuevos turistas poseen mayor madurez cultural, acceso a la información y deseo de experiencias personalizadas. El turismo de consumo masivo ha dado paso a una demanda más exigente, que busca conexiones profundas con los lugares visitados. En este contexto, el turismo enológico e industrial se posiciona como una oportunidad estratégica para ciudades como Cárdenas, que aspiran a diversificar su economía, preservar su patrimonio y fortalecer su imagen como destino.

La cultura y el patrimonio, por tanto, deben ser explotados de forma responsable, auténtica y sostenible, como base para la construcción de productos turísticos competitivos. La interrelación entre turismo, cultura y patrimonio es esencial para generar propuestas de valor que contribuyan al desarrollo local y a la satisfacción de los visitantes. En el caso de Cárdenas, dicha interrelación se manifiesta con especial fuerza en la historia del ron, cuya producción y comercialización han dejado una profunda huella en la ciudad.

Sin embargo, la falta de un producto turístico consolidado que logre integrar los diversos recursos patrimoniales e industriales de la ciudad, sumado a la débil conexión entre los actores clave del



desarrollo turístico local, ha limitado el posicionamiento de Cárdenas como un destino con identidad propia. Esta situación representa la problemática central de esta investigación.

Por todo lo anterior, el presente trabajo tiene como objetivo diseñar un procedimiento para la creación de rutas turísticas en la ciudad de Cárdenas, con énfasis en la Ronera “Eladio de Marcos” como eje central de la propuesta, buscando potenciar su valor patrimonial, promover el desarrollo económico local y contribuir a su posicionamiento como destino turístico urbano, cultural e industrial dentro del panorama nacional.

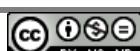
Métodos

El diseño de productos turísticos que integren el patrimonio cultural e industrial como recurso esencial ha cobrado una importancia creciente en las últimas décadas, a medida que las ciudades han asumido su rol protagónico dentro del sistema turístico global. El turismo ha dejado de estar reservado exclusivamente para destinos de sol y playa o ciudades históricas consagradas; hoy día, cualquier espacio con valores culturales, económicos o sociales distintivos puede convertirse en un atractivo turístico si se gestiona de forma estratégica. Esta transformación se fundamenta en la capacidad de los territorios para revalorizar su identidad, resignificar sus elementos patrimoniales y crear experiencias turísticas auténticas, que respondan a las nuevas exigencias del mercado. En este contexto, el diseño de rutas temáticas se ha consolidado como una herramienta metodológica clave para estructurar y comercializar estos productos.

La ciudad de Cárdenas, rica en historia y con un significativo legado industrial vinculado a la producción de ron, presenta un notable potencial para el desarrollo de productos turísticos que integren cultura, historia y tradición productiva. No obstante, para capitalizar estos recursos, resulta imprescindible identificar, seleccionar y articular adecuadamente los elementos que componen la oferta turística del territorio. El diseño de rutas turísticas centradas en el patrimonio industrial —como la Ronera “Eladio de Marcos”— requiere la aplicación de metodologías que permitan valorar los recursos disponibles, diagnosticar las condiciones actuales del destino y estructurar un producto turístico coherente, accesible y atractivo para los visitantes.

Diversos estudios, tanto a nivel nacional como internacional, han abordado la necesidad de establecer procedimientos estructurados para el diseño de productos y rutas turísticas. En el caso de Cárdenas, esta investigación parte de un análisis exhaustivo de procedimientos metodológicos propuestos por varios autores a lo largo del tiempo, con el propósito de determinar los factores claves en la creación de productos turísticos basados en el patrimonio. Se presta especial atención a aquellas metodologías orientadas a destacar la identidad del destino como elemento diferenciador y competitivo.

Desde el ámbito internacional, se analizaron las propuestas metodológicas de autores como De la Fuente de Val (2018), Palacio (2013), SERNATUR (2015), cuyas investigaciones coinciden en



la necesidad de estructurar las rutas turísticas a partir de una delimitación geográfica clara, una selección estratégica de atractivos y servicios, el establecimiento de planes de acción, la evaluación de fortalezas y debilidades del destino y la estimación de costos, precios y beneficios. En su mayoría, estas metodologías responden a una lógica de planificación ordenada, cuyo objetivo es lograr un producto temático coherente y funcional, capaz de satisfacer las expectativas del turista y generar impacto positivo en la comunidad local.

Desde la perspectiva nacional, se estudiaron procedimientos propuestos por Machado y Hernández (2007), Doubuskaia (2010), Machado (2011), García y Pancorbo (2017a), Obregón Rodríguez (2019), Rodríguez Veiguela et al. (2021). Estos autores coinciden en destacar pasos fundamentales como el análisis del mercado y la demanda, el estudio de la competencia, la segmentación de los públicos objetivos, la concepción y evaluación de ideas innovadoras, la realización de un inventario de recursos turísticos, la definición de atractivos específicos, la selección del tema central de la ruta, la planificación temporal del recorrido y la determinación de los costos, beneficios y precios finales.

La mayoría de estos procedimientos comparten como elemento transversal la importancia del patrimonio como recurso clave para el diseño de productos turísticos auténticos, así como la necesidad de un enfoque integrador, participativo y sostenible. En particular, se resalta el papel de la identidad local como componente estratégico para dotar de sentido, valor y diferenciación a las propuestas turísticas que se diseñen en un territorio. Este enfoque es especialmente pertinente para Cárdenas, cuya identidad está profundamente marcada por su pasado industrial, su cultura urbana y su vínculo con la producción ronera.

El procedimiento propuesto consta de 6 etapas y 18 pasos. Se posiciona como una alternativa innovadora y bien estructurada para el diseño de una ruta turística en Cárdenas, asegurando la integración de la ronera Eladio de Marcos y fortaleciendo su atractivo dentro del sector turístico (Ver anexo 1).

Resultados y discusión

Como resultado de la aplicación del procedimiento metodológico para el diseño de rutas turísticas, se concibió el producto turístico “Tradición, sabor y ron” en la ciudad de Cárdenas. Este producto tiene como eje temático la exploración de la historia, la cultura local y las tradiciones sensoriales asociadas al ron, el café y la gastronomía cubana, promoviendo la interacción activa con el patrimonio tangible e intangible de la ciudad y sus alrededores.

El itinerario ofrece al visitante una experiencia integral y envolvente, combinando visitas a sitios históricos, culturales y gastronómicos con momentos de relajación y aprendizaje, en una propuesta que estimula los sentidos y fortalece el conocimiento del patrimonio cubano. El recorrido está diseñado para atraer tanto a turistas nacionales como extranjeros alojados en



Varadero y tiene una duración de un día completo, garantizando transporte especializado, almuerzo típico, degustaciones, entradas a museos y la atención de guías calificados.

Itinerario de la Ruta “Tradición, sabor y ron”

El recorrido comienza con la recogida de los turistas a las 08:00 a.m. desde un punto de encuentro en Varadero, para su posterior traslado hacia la ciudad de Cárdenas. A las 08:30 a.m. se realiza la llegada y la bienvenida oficial en la Plaza de Colón, donde se ofrece una explicación del contexto histórico de este sitio emblemático, seguido de un recorrido guiado por el centro histórico.

Posteriormente, a las 09:30 a.m., se disfruta de una vista a la Bahía de Cárdenas, espacio natural que permite conectar al visitante con el paisaje costero y la identidad marítima de la ciudad. A las 10:15 a.m., se realiza una visita al Museo Oscar María de Rojas, una de las instituciones museológicas más importantes y antiguas del país, donde se exponen valiosas colecciones de historia, arqueología y arte local. A las 11:15 a.m., se realiza una breve parada en el Monumento al Cangrejo, símbolo distintivo de Cárdenas, donde se explica su significado cultural. Luego, a las 11:45 a.m., se visita la Catedral de Cárdenas, una joya arquitectónica de gran valor histórico.

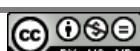
El almuerzo tiene lugar a las 12:15 p.m. en un restaurante local que ofrece menú típico cubano, permitiendo al visitante disfrutar de la gastronomía regional en un ambiente acogedor y auténtico.

El recorrido continúa a la 1:30 p.m. con la visita al Museo Casa Natal de José Antonio Echeverría, donde se presenta la vida y obra de este importante líder revolucionario. A las 2:30 p.m. comienza una de las experiencias más distintivas del producto: la visita a la antigua Fábrica de Ron Arechabala, cuna del afamado Havana Club, donde se ofrece una explicación sobre el proceso de producción y su historia. Luego, a las 3:30 p.m., se realiza el recorrido por la Ronera Eladio de Marcos, con una degustación incluida. A las 5:15 p.m., ya de regreso en Varadero, se realiza una serie de visitas complementarias a sitios vinculados a la cultura sensorial cubana: la Casa del Ron, la Casa del Habano y la Casa del Café, donde los turistas podrán disfrutar de degustaciones, conocer sobre la tradición del tabaco y el café, y adquirir productos.

Para cerrar con broche de oro, a las 7:00 p.m. se ofrece una cena gourmet cubana en la prestigiosa Mansión Xanadú, con vista panorámica al mar, brindando al visitante una experiencia de alto nivel gastronómico y sensorial. El regreso al punto de encuentro en Varadero se realiza a las 8:30 p.m. Este producto se caracteriza por su autenticidad y diversidad, al integrar elementos históricos, culturales y gastronómicos con el objetivo de ofrecer una experiencia inmersiva que destaque la riqueza patrimonial de Cárdenas. A su vez, contribuye a la dinamización económica de actores locales como museos, restaurantes, fábricas y guías turísticos.

Estrategia de Distribución

El canal de distribución de “Tradición, sabor y ron” estará compuesto por los siguientes elementos:



- Agencias de Viajes: La venta del producto se realizará en los puntos de venta de Cubatur en Varadero, incluyendo el Aeropuerto Internacional Juan Gualberto Gómez, hoteles, centros comerciales y oficinas turísticas. También podrá ser incorporado en los catálogos de agencias aliadas, tanto nacionales como extranjeras, mediante contratos de comisión.
- Turopredadores: Se establecerán convenios con turopredadores que operan con el mercado europeo y canadiense, priorizando aquellos cuyos clientes muestran interés en experiencias culturales y gastronómicas. Se prevé además el diseño de una red de distribución con nuevos turopredadores enfocados en turismo patrimonial.
- Distribución digital: El producto estará disponible para su reserva en línea a través del sitio web oficial de Cubatur y plataformas asociadas.

Estrategia de Comunicación

La estrategia de comunicación tiene como objetivo posicionar el producto en el mercado como una propuesta auténtica, cultural y sensorial. Las acciones definidas son:

- Presentación bajo el nombre comercial “Tradición, sabor y ron”, destacando el valor simbólico de la marca.
- Promoción en la página web de Cubatur y sus redes sociales oficiales (Facebook, Instagram), donde se compartirán imágenes del recorrido, testimonios y contenido interactivo.
- Elaboración de folletos digitales e impresos para puntos de venta físicos.
- Inserción del producto en revistas especializadas en turismo y participación en ferias nacionales e internacionales como FITCuba.
- Organización de viajes de familiarización (Fam Trips) con agentes de venta y turopredadores para reforzar su conocimiento sobre el producto.

Análisis de Rentabilidad del Producto

Se realizó el análisis económico del producto para evaluar su viabilidad financiera. A partir de los siguientes supuestos:

- Precio de venta: 90 USD por persona.
- Grupo mínimo: 20 personas por excursión.
- Costos fijos totales: 800 USD por excursión.
- Costos variables: 40 USD por persona.
- Ingresos por excursión: $20 \text{ pax} \times 90 \text{ USD} = 1,800 \text{ USD}$.
- Costos totales: $800 \text{ USD} + (20 \times 40 \text{ USD}) = 1,600 \text{ USD}$.
- Utilidad neta por excursión: $1,800 - 1,600 = 200 \text{ USD}$.

Además, se proyectó un flujo de caja a cinco años, considerando 1 excursión semanal (mínimo) y un crecimiento del 20 % anual a partir del segundo año. Con estos valores, se obtuvieron los siguientes resultados:

- VAN (Valor Actual Neto): 31,560.85 USD



- TIR (Tasa Interna de Retorno): 48.3 %
- Periodo de Recuperación: 4 meses y 12 días

Estos resultados confirman la viabilidad económica y rentabilidad del producto turístico “Tradición, sabor y ron”, lo que garantiza su sostenibilidad operativa y su potencial de expansión.

Conclusiones

Se demostró, a través de la aplicación del procedimiento propuesto, que la ciudad de Cárdenas posee un conjunto diverso y valioso de recursos patrimoniales, históricos e industriales, con alto potencial para el diseño de rutas turísticas temáticas que respondan a las nuevas demandas del mercado cultural y experiencial.

La investigación cumplió con su objetivo general al estructurar un procedimiento metodológico sólido, adaptable y aplicable en contextos urbanos similares, el cual permitió diseñar de forma efectiva la ruta “Tradición, sabor y ron”, integrando como eje central la Ronera “Eladio de Marcos”, un recurso distintivo que fortalece la identidad cultural del destino y su posicionamiento en el ámbito del turismo patrimonial e industrial.

La ruta diseñada evidenció la viabilidad práctica del procedimiento, al articular elementos históricos, gastronómicos y sensoriales en un itinerario de un día que combina autenticidad, disfrute y aprendizaje. Su implementación, además de diversificar la oferta de Varadero y su zona de influencia, representa una oportunidad para dinamizar la economía local mediante la vinculación de museos, restaurantes, guías y productores culturales.

La inclusión de la ronera cardenense como atractivo principal refuerza el valor del patrimonio industrial cubano dentro de la actividad turística, conectando saberes, tradiciones y procesos productivos con la experiencia del visitante. Esto contribuye a resignificar espacios tradicionales y a incorporar nuevas narrativas sobre la identidad local.

El procedimiento no solo facilita el diseño de rutas, sino que incorpora principios de sostenibilidad, gestión participativa y control de calidad, lo que garantiza su aplicabilidad a largo plazo y su adecuación a distintos perfiles de visitantes. La versatilidad del método permite además replicarlo en otros territorios con recursos similares.

Finalmente, esta propuesta responde a la necesidad de evolucionar hacia un turismo más integral, que combine cultura, historia, economía y sentido de pertenencia, consolidando a Cárdenas como un destino emergente con capacidad de ofrecer productos diferenciadores, enriquecedores y sostenibles.

Referencias bibliográficas

- Cuellar Mondeja, R. (2025). Importancia del Turismo de Naturaleza como fuente para el desarrollo local en Cuba. *Retos Turísticos*, 24, e-6409. Recuperado a partir de <https://retosturisticos.umcc.cu/index.php/retosturisticos/article/view/125>
- De la Fuente de Val, G. (2018). Diseñar rutas turísticas sostenibles y socialmente responsables. <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://www.comunidadadism.es/disenar-rutas-turisticas-sostenibles-y-socialmente-responsables/&ved=2ahUKEwjDldjimZ6MAxUISjABHWqkOJYQFnoECBkQAQ&usg=AOvVaw184F-docgpXV4G85ql-dC->
- Doubuskaia, R. P. (2010). *TESIS EN OPCIÓN AL TÍTULO DE MÁSTER EN GESTIÓN TURÍSTICA. MENCIÓN Universidad de Matanzas*.
- Dueñas Reyes, E., Bernal Rodríguezl, J., Cepero González, S., Salgado Cepero, G., Serpa Cañete, L., & Serpa Cañete, L. (2025a). Calidad del servicio de ventas en negocios particulares de alimentos y bebidas . *Ingeniería Industrial*, 45(3), 1–19. Recuperado a partir de <https://rii.cujae.edu.cu/index.php/revistaind/article/view/1313>
- Dueñas Reyes, E., Pons García, R. C., Tanda Díaz, J., Torres Machado, E., y Rodríguez Veiguela, Y. (2025b). Marca ciudad para Matanzas como destino turístico urbano. *Ingeniería Industrial*, 46, 1–11. Recuperado a partir de <https://rii.cujae.edu.cu/index.php/revistaind/article/view/1328>
- Dueñas Reyes, E., Rodríguez Veiguela, Y., Pons García, R. C., Tanda Díaz, J., y Bernal Rodríguez, J. (2024). Atributos identificativos del producto turístico de naturaleza: Paseo por el Río. Estrategias efectivas para su comercialización. *Revista Universidad y Sociedad*, 16(3), 96–107. Recuperado en 23 de octubre de 2025, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202024000300096&lng=es&tlang=es.
- García, D., & Pancorbo, J. (2017a). Rutas turísticas de la ciudad de Matanzas para el mercado estadounidense *Departamento de Economía e Ingeniería Industrial. Universidad de Matanzas Camilo Cienfuegos. Matanzas, Cuba*.
- Machado Chaviano, E. L., & Hernández Aro, Y. (2007). Procedimiento para el diseño de un producto turístico integrado en Cuba. <https://risisbi.uqroo.mx/handle/20.500.12249/775>

Machado, E. (2011). *Diseño de productos turísticos integrados. Aplicación en la región central del destino Cuba. Martínez, C.(tutor)*. Santa Clara. 173 h Tesis Doctoral. Universidad Central de Las Villas].

Obregón Rodríguez, C. J. (2019). *Propuesta de ruta turística “Ciclo Centro” para la agencia de viajes Ecotur Villa Clara* <https://dspace.uclv.edu.cu/handle/123456789/11581>

Palacio, C. (2013). FAVA -Formación en Ambientes Virtuales de Aprendizaje SENA -Servicio Nacional de Aprendizaje. https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://www.academia.edu/27420646/FAVA_Formaci%25C3%25B3n_en_Ambientes_Virtuales_de_Aprendizaje_SENA_Servicio_Nacional_de_Aprendizaje&ved=2ahUKEwiZjNqzk56MAxVnRTABHd2YOh4QFnoECA4QAQ&usg=AOvVaw1R77eMEGnJcHgTXh3gcUNg

Redero Orozco, R. C., González Angulo, L., & Hernández Flores, Y. (2025). Valor de la marca turística del destino La Habana. Un análisis desde los visitantes. *Retos Turísticos*, 24, e-6312. Recuperado a partir de <https://retosturisticos.umcc.cu/index.php/retosturisticos/article/view/132>

Rodríguez Veiguela, Y., García Almaguer, D., Pons García, R. C., Tanda Díaz, J., & Pancorbo Sandoval, J. A. (2021). Diseño de una ruta turística para el destino Matanzas, que contribuya al desarrollo del turismo urbano. *Revista San Gregorio*, 1(46), 106-128. http://scielo.senescyt.gob.ec/scielo.php?pid=S2528-79072021000200106&script=sci_arttext

Contribución autoral

Diseño de la investigación

Adquisición de los datos

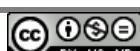
Análisis e interpretación de los datos

Redacción y corrección del manuscrito

Revisión crítica de aspectos intelectualmente importantes del manuscrito

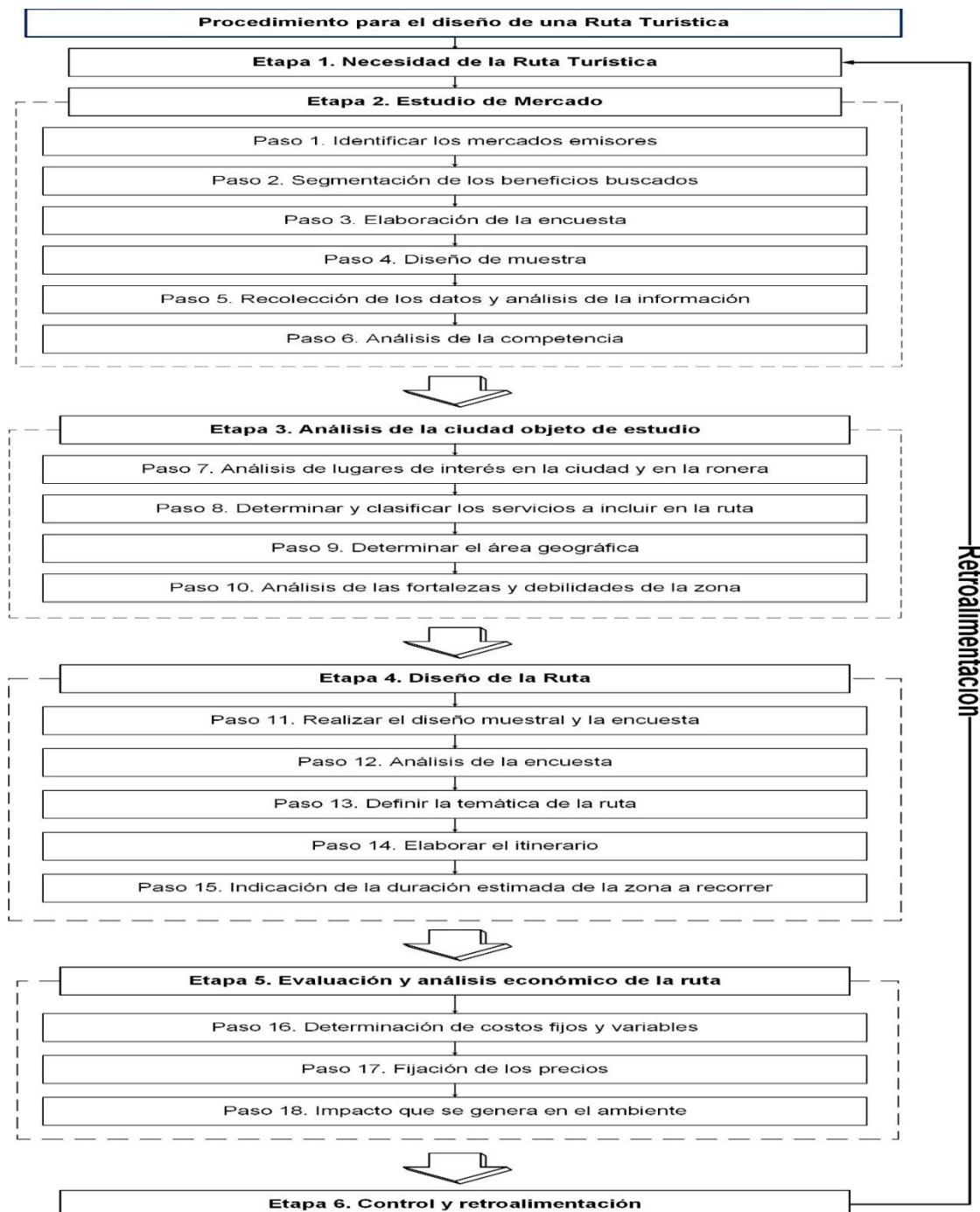
Conflictos de intereses

No existe conflicto de intereses.



Anexos

Anexo 1. Título: Procedimiento para el diseño de una ruta turística con destino turístico en la ciudad para beneficio de la ronera Cárdenas.



Fuente: Elaboración Propia