

Propuesta de diseño de un circuito turístico: Belleza del balcón del oriente cubano

Proposal for the desing of a tourist circuit: Beauty of the balcony of the cuban east

Yanet Díaz Pozo¹ (yanetdp@ult.edu.cu) (<https://orcid.org/0009-0009-0681-1625>)

Yilian Susel Obregón Díaz² (yili0204@gmail.com) (<https://orcid.org/0009-0004-9171-956X>)

Mailen Melisa Aleaga Fong³ (mailenaf@est.ult.edu.cu) (<https://orcid.org/0009-0002-4414-667X>)

Resumen

El flujo de turistas canadienses hacia Cuba se incrementa sostenidamente, y específicamente la provincia de Las Tunas posee la necesidad de incrementar el flujo de turistas de estancia y de recorrido. De forma general el trabajo ofrece ofertas atractivas e interesantes para dicho segmento, por lo que el presente artículo tiene como objetivo el diseño del circuito turístico Belleza del Balcón del Oriente Cubano, para incrementar la operación con este segmento y explotar los diversos tipos de transporte que posee la provincia. Para el diseño del producto se utilizó el procedimiento propuesto por González Sains (2012), en su primera y segunda etapa, así como métodos teóricos y empíricos. Se diseñó la variante de circuito, teniendo en cuenta los horarios del arribo de los vuelos de Canadá a Holguín.

Palabras clave: producto, diseño, circuito turístico.

Abstract

The flow of canadian tourists to Cuba is steadily increasing, and specifically the province of Las Tunas has the need to increase the flow of tourists staying and visiting. In general, the work offers attractive and interesting offers of this segment, for wich the present investigation has as its objetive the desing of the tourist circuit Beauty of the Cuban East, to increase the operation wiht this segment and exploit the various types of transport that it has the province. For the desing of the product the procedure proposed by González Sains (2012) was used, in its first and second stages, as well as theoretical and empirical methods. The variant of the circuit was designed, taking into account the arrival times of the flights from Canada to Holguin.

¹ Máster en ciencias de la educación. Licenciada en Educación Plástica. Profesora Auxiliar. Universidad de Las Tunas. Cuba.

² Estudiante de cuarto año de Licenciatura en Turismo. Universidad de Las Tunas. Cuba.

³ Estudiante de cuarto año de Licenciatura en Turismo. Universidad de Las Tunas. Cuba.

Keays words: product, dising, turistic circuit.

Introducción

El turismo no es una actividad nueva en Cuba. Al igual que en el mundo, tuvo su auge a partir de los años 50. En esa época, cuando el desarrollo turístico en la mayor de las Antillas estuvo muy ligado a la presencia de la mafia norteamericana en la isla, Estados Unidos era el mercado principal, y el juego y la prostitución eran las principales ofertas de la isla.

Con el triunfo de la Revolución se inicia la política norteamericana de bloqueo y se elimina el turismo proveniente de Estados Unidos. En los años 80 comienza la reapertura al turismo internacional, pero es en 1990 que se produce un nuevo enfoque del desarrollo de este sector, se crean las primeras empresas mixtas y hay un crecimiento acelerado en los arribos de visitantes y en los ingresos. Desde 1996, cuando se logró por primera vez sobrepasar el millón de visitantes, Cuba se ha propuesto consolidarse como destino mundial y del Caribe.

Por la importancia de este sector de la economía cubana, como parte de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución, aprobada en el VII Congreso del Partido Comunista de Cuba y el III Pleno del Comité Central del PCC, respaldada por la Asamblea Nacional del Poder Popular se aprobaron los Lineamientos 209 referido a la necesidad que el turismo incremente sus ingresos para dinamizar la economía cubana y el Lineamiento 210 que plantea la necesidad de diversificar las ofertas y mejorar la calidad de los servicios que se prestan para el incremento de la competitividad del Destino Cuba (PCC, 2017).

De esta forma, este crecimiento ha traído como consecuencia una mayor exigencia en los productos turísticos demandados y una nueva cultura orientada hacia formas alternativas, en las que se prioriza con mayor nitidez la responsabilidad social por la protección de los valores naturales, históricos y culturales del destino.

Varios autores, entre los cuales podemos nombrar a Sánchez (2016) y Cañete (2018), de la provincia Las Tunas han realizado trabajos como proyectos, diagnósticos, inventarios, procedimientos para obtener información y caracterizar algunos comportamientos y determinantes individuales de elección de opcionales en el producto turístico. Entre sus propuestas se destaca un plan de acción para la mejora de las opcionales y estudiar la efectividad e impacto en la satisfacción de los clientes y los resultados económicos, así como el estudio de mercado que permita profundizar los gustos y preferencias de los clientes, un diagnóstico exhaustivo para determinar las potencialidades y posibilidades culturales que brinda la ciudad y a partir de lo cual diseñar y comercializar un producto cultural de la ciudad de Las Tunas con fines turísticos.

A pesar de existir una tesis de la provincia de Holguín que involucra a la provincia de Las Tunas (Oramas, 2014), en la que se visitan algunos lugares de la provincia, no se ha explotado aún la propuesta de un producto turístico de viajes que logre incorporar otros atractivos turísticos ya existentes aprovechando el destino turístico Holguín para una mayor comercialización del destino Las Tunas, creando una ruta en la que además de planear los lugares que se visitará, incluya el alojamiento y alimento de las personas.

Los circuitos turísticos tienen como finalidad que los turistas ahorren su tiempo, estableciendo todas las facilidades posibles para poder conocer un lugar en el menor tiempo posible y llevándose un agradable recuerdo. Es la oportunidad para vender una oferta más completa e integrada permitiendo disfrutar al viajero de una hermosa y agradable experiencia. Por lo que el presente artículo tiene como objetivo el diseño del circuito turístico Belleza del Balcón del Oriente Cubano, para incrementar la operación con este segmento y explotar los diversos tipos de transporte que posee la provincia.

Materiales y métodos

Se utilizó el procedimiento para el diseño de productos turísticos de González Sains (2012) comprende seis etapas estructuradas en forma de sistema entre sí y una séptima etapa de evaluación, que está presente en las seis anteriores, en el presente trabajo se utilizó la 1 y 2. Persigue como objetivo general: Facilitar a las organizaciones conocer y desarrollar el producto turístico, gestionándolo entre sus factores y conduciéndolos a lograr objetivos comunes.

Resultados

Diseño del producto turístico "Belleza del Balcón del Oriente Cubano" en la agencia Havanatur dirigido al segmento canadiense

Los productos turísticos "territoriales" tienen una consideración peculiar y distintiva, puesto que todos los productos están vinculados a las instalaciones y al uso de atractivos que se generan y son operados sobre un espacio geográfico o físico determinado. Por ello, la clasificación de corte territorial se usa para su relación directa con el marketing y las ventas, dado que los clientes viajan a un lugar o "destino turístico". Por lo tanto para poder internacionalizar y fijar en el mercado el Destino Las Tunas se hace necesario conocer sus peculiaridades internas y las características del entorno en el que se mueve; de esta forma se podrían desarrollar productos turísticos novedosos, aprovechando la vía de acceso aérea al mismo; esto permitirá lograr llamar la atención, despertar el interés y por ende provocar el deseo de viajar al destino, lo que redundará en una mayor cantidad de clientes de estancia y de recorrido por el territorio.

Etapas I: Identificación de las oportunidades existentes para el desarrollo de un nuevo producto turístico.

Diagnóstico del macroentorno

Actualmente para las organizaciones el entorno resulta cada vez más cambiante, de ahí la importancia de un análisis detallado del mismo para conocer cómo se comporta el mundo exterior a ellas. **Ámbito internacional:** El turismo es una actividad clave en muchos países, constituyendo para un gran número de ellos la principal fuente generadora de divisas y empleo. Pero en el entorno actual existen factores contrarios a los viajes, los altos precios del petróleo y los alimentos, la competencia desleal generada por aerolíneas y organizaciones, el aumento de las ofertas entre otros, han provocado una fuerte competencia económica.

Ámbito nacional: Respecto al ámbito nacional se destaca el proceso de transformaciones que se está realizando con el objetivo de garantizar la irreversibilidad del Socialismo, el desarrollo económico del país y la elevación del nivel de vida de la población, conjugado con la necesaria formación de valores éticos y políticos de nuestros ciudadanos.

Análisis de la competencia

El mercado emisor principal de Las Tunas es Canadá, no obstante, los indicadores de los arribos y estadía son inferiores a los alcanzados por otros destinos del oriente cubano por lo que se considera como grandes competidores y más cercanos al destino a Holguín, Santiago de Cuba y de la región central a Camagüey.

Ventajas competitivas que presenta:

1. Se contará con un producto con ubicación en el oriente del país, que permite acceder con mayor facilidad a otros lugares de interés en oriente y occidente.
2. Gran número de atractivos naturales, históricos y culturales, cercanos y en el destino.
3. La posibilidad de realizar multiactividades vinculadas a eventos de diferentes naturalezas.

Etapas II: Estructuración del producto turístico

Objetivo: Estructurar el producto de acuerdo a las potencialidades existentes en el destino, empresa y(o) instalación turística donde se gestiona el proceso. Estructuración del producto.

Estructuración del producto turístico

Esta etapa tiene como objetivo estructurar un producto turístico dirigido al segmento del mercado canadiense y que tenga como eje el intercambio cultural entre ambos pueblos. Se propone un circuito por la ciudad de Las Tunas, teniendo como objetivo principal satisfacer los intereses y expectativas de este segmento para los viajes de los canadienses a Cuba.

Objetivo del nuevo producto turístico

El objetivo del nuevo producto es incorporar nuevas ofertas del turismo tunero de viajes al mercado canadiense que contribuya a aumentar la cantidad de turistas directos, de estancia y de recorrido.

Idea del producto

Para la generación de ideas se utilizó el método tormenta de ideas con el objetivo de obtener la mayor cantidad de criterios y luego reducirlos, mediante un cribado de ideas; se definió la idea de producto de un circuito en la zona oriental de 6 días y 5 noches que incluye las ciudades de Holguín (1 noche), Covarrubias (1 noche), Lago Azul (1 noche), Hotel Las Tunas (2 noche). Recorrido por la ciudad de Las Tunas (2 noches). La entrada y salida de los clientes será por el Aeropuerto Internacional Frank País de Holguín. Las ofertas propuestas combinan el interés del mercado meta de conocer nuestras raíces, cultura, tradiciones, forma de vida y la naturaleza con actividades que promueven el contacto entre ambos pueblos. El producto propuesto es el siguiente:

Modalidad: Circuito.

Nombre del producto: Belleza del Balcón del Oriente Cubano

Tabla 1

Sistema de actividades

Día/Hora	Actividades	Observación
1		
15:45	Arribo al Aeropuerto Internacional Frank País de Holguín.	
16:00	Traslado y alojamiento al Hotel Pernik. Check in. Cóctel de Bienvenida.	Categoría 3 estrellas.
18:00	Cena en el Restaurante "El Danubio".	Cocina Nacional e Internacional.

20:00	Noche libre	Disfrute de las ofertas que se brinden en la sala de fiestas ese día (presentación de talentos artísticos, eventos promocionales, etc.)
2		
	Desayuno en el Restaurante "El Danubio". Check out.	
9:00	Traslado y Alojamiento en el Hotel Covarrubias. Check in.	Categoría 3 estrellas.
12:00	Almuerzo en el Restaurante del Hotel.	Cocina nacional e internacional.
14:00	Actividades del Turismo Náutico.	Snorkeling en las barreras coralinas, visitar las playas del litoral y buceo.
18:00	Cena en el Restaurante del Hotel.	
20:00	Noche libre.	Disfrute de las ofertas que se brinden en la sala de fiestas ese día (presentación de talentos artísticos, eventos promocionales, etc.)
3		
	Desayuno en el restaurante del Hotel Covarrubias. Check out.	
9:00	Recorrido hacia el Lago Azul, un maravilloso encuentro con la naturaleza cubana.	Disfrute de la belleza de su paisaje que allí existen, ricos en sales minerales. Además de conocer varios ejemplares de la fauna autóctona que allí habitan.
12:00	Almuerzo en la instalación Lago Azul.	Cocina cubana.
14:00	Realizar un recorrido en el Lago Azul a través del alquiler de implementos acuáticos.	
18:00	Cena en el Campismo Popular Cerro de Caisimú.	El Lago Azul nace como una instalación adyacente al Cerro de Caisimú.
20:00	Disfrute del espectáculo cultural y las	

	ofertas del bar del Campismo.	
4		
	Desayuno en la instalación	
9:30	Salida hacia Las Tunas	
10 :30	Arribo al Hotel Las Tunas. Check in.	
12:00	Almuerzo en el restaurante Las Delicias	Cocina nacional e internacional
14:00	City tour por el centro histórico de la ciudad de Las Tunas	El guía explica el valor histórico de la Plaza De La Revolución Vicente García, la Plaza Martiana, el Parque Vicente García y otros sitios de valor arquitectónico y cultural.
18:00	Cena en el Restaurante Majibacoa	Cocina nacional e internacional.
20:00	Noche libre	Actividades opcionales no incluidas en el circuito pero que son realizadas por los turistas para conocer la cultura del pueblo.
5		
	Desayuno en el hotel. Check out de la localidad	
9:00	Recorrido por la Fuente de las Antillas y el Memorial Mártires de Barbados.	
9:45	Visita al taller Rita Longa para intercambiar con estudiantes y artistas escultores	Compra de artesanías
12:00	Almuerzo en el restaurante "La Bodeguita"	Cocina Nacional e Internacional (Por su cuenta)
13:30	Arribo al tren sobre ruedas para dirigirse a El Cornito.	En la senda hacia El Cornito conjuntamente con el paisaje típico de la provincia están enmarcadas varias instalaciones, como El Jardín Botánico Provincial, El Parque de Diversiones, El Parque Zoológico y la Pista de Motocross que, aunque no pertenecen a

		un mismo organismo se está fomentando su desarrollo como un solo paquete.
16:00	Traslado hacia el Hotel Las Tunas	
18:00	Cena en el restaurante Las Delicias	Cocina Nacional e Internacional
20:00	Noche libre	Con opciones de visitar la Casa de la Trova, la Sala de Fiestas Luanda, Bar Caché, entre otros sitios.
	Desayuno en el hotel. Check out	
8:00	Traslado hacia el Aeropuerto Internacional Frank País	
	Salida en el vuelo hacia Canadá	

Fuente: elaboración propia.

MIX de servicios

Una vez definida la idea del producto se hace necesario definir los servicios que se le van a ofrecer a los clientes teniendo en cuenta sus demandas y la correspondencia de los mismos con dicha idea y actividades. De ahí que el servicio principal del circuito turístico Belleza del balcón del Oriente Cubano sea el transporte, puesto que el trencito constituye un atractivo turístico en sí, además de contar con atractivos que complementan y a su vez constituyen atractivos principales como son los recursos naturales y culturales del destino Las Tunas. Este producto incluye los servicios secundarios siguientes:

- Alojamiento: El circuito incluye alojamiento en dos hoteles, los mismos presentan condiciones favorables para satisfacer las necesidades del mercado meta, estos son: Hotel Pernik 3 estrellas (1 noche), Hotel Covarrubias 3 estrellas (1 noche), Lago Azul Campismo Popular que presta servicio internacional(1 noche), Hotel Las Tunas (2 noches) 2 estrellas.
- Restauración: Teniendo en cuenta las características del mercado meta los restaurantes escogidos cuentan con altos estándares de calidad y profesionalidad. De ellos seis están especializados en cocina criolla e internacional. En Las Tunas los restaurantes 2007, La Bodeguita, El Rey Mar, Río Chico, El Baturro, Dinos Pizza Europa, Las Brasas, además se cuenta con la disponibilidad de los servicios con Bar Restaurantes como el Bar Caché, Bella

Vita, Las Terrazas. Cabe destacar que la agencia ya habrá negociado el precio con cada una de estas entidades gastronómicas por lo que el menú será dirigido e incluirá 1 líquido.

- Transporte: Se establecerá contratos con las Empresa de Transporte Turístico TRANSTUR ya que es la que tiene operaciones con este mercado. De acuerdo a la forma en que está concebido el producto y la cantidad de pax que lo comprende será el tipo de bus que se utilizará. Los precios se negociarán previamente entre la agencia Havanatur S.A y TRANSTUR. Estos ómnibus 5 estrellas cuentan con alto confort y aire acondicionado, además de ofrecer seguridad, profesionalidad y experiencia por parte de sus choferes.
- Guía: El circuito contará con servicio de guía. Esta persona deberá tener amplio dominio del idioma inglés y francés además de altos conocimientos históricos y culturales de la región y de toda Cuba para poder responder a cualquier interrogante de los clientes. Es válido señalar la existencia de otros servicios generales que son comunes para cualquier tipo de producto turístico como: los servicios médicos, seguridad, comunicación y canje de monedas.

Fijación de precio del producto

En esta etapa se contempla la determinación del precio, para realizar el análisis de factibilidad se considera que las restantes variables de marketing pueden generar gastos y como consecuencia incidir en la rentabilidad del producto.

Proceso de comercialización

Luego de estructurar el producto y organizar su proceso de prestación se determinarán las estrategias a seguir en las restantes variables del marketing para insertar el producto en el mercado de forma exitosa.

Posicionamiento del producto

Teniendo en cuenta los objetivos que persigue este producto y sus características se propone adoptar un posicionamiento por nichos en el mercado, puesto que el mismo va a permitir incrementar la cuota del mercado canadiense en los destinos Holguín- Las Tunas y satisfacer las demandas del segmento seleccionado. Este posicionamiento debe partir de la singularidad y el valor diferencial de los recursos y atractivos culturales y patrimoniales con que cuentan dichos destinos, lo que permite generar una oferta cultural auténtica y satisfacer las demandas del público objetivo identificado.

Discusión

La provincia de Las Tunas, en la porción oriental de la mayor de Las Antillas, se erige hoy como una nueva pieza en el sector turístico cubano, con numerosas opciones de

playa, naturaleza, cultura e historia. Los principales mercados que visitan el territorio tunero y hacen uso de estos servicios son: Canadá; según información suministrada en las oficinas de INFOTUR y agencias de viajes que operan en el territorio turístico tunero.

Las Tunas apenas cuenta con tres hoteles: Las Tunas, el Cadillac, y Covarrubias. Para el turismo internacional en específico, en Las Tunas surge la primera instalación de ocio en Playa Covarrubias, con 180 habitaciones y todas las facilidades que requiere el descanso, protegida por una barrera coralina de unos tres kilómetros de longitud. Los esfuerzos de Las Tunas intentan reducir la diferencia que existe entre esta provincia y el resto del país en el campo del ocio.

El territorio presenta como principal recurso una costa norte provista de atractivos extraordinarios que están comprendidos en los municipios Manatí, Puerto Padre y Jesús Menéndez, ubicado entre los ya consolidados circuitos de Camagüey y Holguín. El litoral tiene una extensión de 265 km, donde se han localizado unas 34 playas vírgenes, así como varios cayos e islotes.

Dichas características les confieren valor estético y magníficas condiciones para su explotación en el campo del ocio. A fin de estimular el flujo de capital foráneo orientado esencialmente a dinamizar el sector en los próximos años, Cuba presentó proyecto en la feria comercial celebrada en La Habana. De esa cita de negocios derivó Las Tunas entre las zonas del país a las que el Ministerio de Turismo (Mintur) confiere una atención priorizada ante la incursión de socios extranjeros. Los compromisos actuales constituyen reflejo de todo cuanto se hace y piensa hacer, en función de dar un salto definitivo en un territorio que exhibe circunstancias propicias para incentivar modalidades de turismo ambientalista, de recorrido, náutico y agrario.

Como resultado de revisiones preliminares de documentos, intercambio de opiniones con directivos y trabajadores de las diferentes organizaciones sobre el tema de investigación, se pudo evidenciar que existen insuficiencias y que, a pesar de los esfuerzos realizados, se necesita del diseño de un producto turístico para aumentar la cantidad de turistas directos, de estancia y de recorrido. Razón por la cual el presente trabajo propone un producto turístico de viajes en la ciudad de Las Tunas que contribuya a aumentar la cantidad de turistas directos, de estancia y de recorrido y con ello, mayores posibilidades de comercialización.

En el presente trabajo se combinan las modalidades turísticas de turismo de sol y playa, de naturaleza, náutico, y de ciudad en la creación de un producto turístico atractivo para los clientes canadienses.

Para realizar los recorridos en el destino turístico y por los diferentes lugares de interés se posee una amplia gama de servicios de buses turísticos, autobuses, servicio de

taxis, renta de autos, minibuses, jeeps 4x4, y motocicletas; además se cuentan con autobuses para realizar viajes nacionales. En nuestra provincia están presentes dos agencias transportistas fundamentales para brindar este servicio: Transgaviota y Transtur, dentro de esta última agencia se encuentra Cubacar empresa rentadora de autos.

Dentro de un producto turístico es fundamental el transporte ya que todo parte desde el momento en que el cliente toma un avión para arribar al destino, así como trasladarse de un lugar a otro dentro del mismo, por lo que se considera imprescindible su servicio. En este circuito se ofrece como transporte dentro del destino a los ómnibus Transtur de 24 pasajeros y un trencito sobre ruedas que constituye un atractivo en sí, una vez que los pasajeros estén dentro de este, el guía explicará la historia del ferrocarril en Cuba, hasta que lleguen a otro punto del recorrido, en este caso, El Cornito. El transporte le brinda confort y seguridad al cliente permitiendo que este no se moleste en la búsqueda de una vía para conocer Cuba, ofreciéndole la oportunidad de disfrutar de las ofertas que en la isla se brindan.

Conclusiones

Al culminar el presente artículo se pudo concluir que los análisis teóricos expresados en el capítulo 1, permitieron la aplicación de la metodología de González Sains (2012) para diseñar el producto: circuito turístico "Belleza del Balcón del Oriente Cubano" que deberá ser gestionado por la agencia Havanatur dirigido al segmento de mercado canadiense. La propuesta de diseño del nuevo producto turístico cubre los intereses y preferencias del mercado meta. La misma permite al mercado conocer diferentes aspectos de interés de la educación, la salud, la cultura y la historia de Cuba; a la vez que les permite disfrutar de múltiples atractivos temáticos de la región oriental del país, en este caso la provincia de Las Tunas. Demostró además que la provincia cuenta con suficientes atractivos para satisfacer el segmento de mercado seleccionado y otros mercados.

Referencias bibliográficas

- Ayala, H. y Martín, R. (1999). *Curso internacional de verano 1996: Los desafíos del marketing turístico*. Universidad de La Habana, Gestión Hotelera y Turismo.
- Cañete Acuña, N. (2018). *Diseño del producto turístico cultural de Las Tunas* [Tesis de maestría en Ingeniería Industrial inédita, Universidad de Las Tunas, Cuba].
- González, Y. (2012). *Propuesta de diseño del producto turístico Centro Recreativo Cultural El Molino Rojo en Gibara*. [Tesis presentada en opción al título de Licenciado en turismo inédita, Universidad de Holguín, Cuba].

-
- Oramas, M. (2014). *Propuesta de diseño del circuito turístico: Cultura, historia y tradición en el Oriente Cubano*. [Tesis presentada en opción al Título de Licenciada en Turismo inédita, Universidad de Holguín, Cuba].
- Sánchez, R. (2016). *Diseño del producto turístico La Villa Azul de Cuba*. [Tesis de maestría en Ingeniería Industrial inédita, Universidad de Las Tunas, Cuba].

Conflicto de intereses: Los autores declaran no tener conflictos de intereses.

Contribución de los autores: Los autores participaron en la búsqueda y análisis de la información para el artículo, así como en su diseño y redacción.