

PLANTILLA OFICIAL PARA LA PRESENTACIÓN DE TRABAJOS  
II CONVENCION CIENTÍFICA INTERNACIONAL  
“II CCI UCLV 2019”

DEL 23 AL 30 DE JUNIO DEL 2019.  
CAYOS DE VILLA CLARA. CUBA.



**“PAPEL CONSIDERADO PARA PUBLICACIÓN”**  
**Otras temáticas afines a la Ingeniería industrial**

**Diseño de productos turísticos en el destino Santiago de Cuba.**

***Design of tourist products in the destination Santiago de Cuba.***

Ing. Irene Esther Díaz Conde<sup>1</sup>, Ing. Lucia Portes Rodríguez <sup>2</sup>, Ing. José Daniel Nieto Columbie<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Departamento de Ingeniería Industrial. Universidad de Oriente. Patricio Lumumba s/n Altos de Quintero. CP: 90500 Teléfono (53) 22 631860. Santiago de Cuba. Cuba. E-mail: [irednc@uo.edu.cu](mailto:irednc@uo.edu.cu) ; [jose.nieto@uo.edu.cu](mailto:jose.nieto@uo.edu.cu)

<sup>2</sup> Departamento de Aseguramiento. Fábrica de cemento José Mercerón. Carretera Turística km 31/2. CP: 90500 Teléfono (53) 22 690112. Santiago de Cuba. Cuba. E-mail: [lucia@cemstgo.co.cu](mailto:lucia@cemstgo.co.cu)

**Resumen.**

Sustentado en el Plan de Desarrollo del Ministerio del Turismo (MINTUR) hacia al 2030 que prevé introducir nuevas ofertas relacionadas con el valor histórico cultural de la ciudad y los Lineamientos de la Política Económica y Social que describen la proyección del turismo en Cuba, la presente investigación tuvo como finalidad diseñar productos turísticos competitivos y sostenibles en el mercado, que permitiesen el aprovechamiento de los recursos históricos, culturales y medioambientales del destino Santiago de Cuba. Para lograr el objetivo planteado fueron estudiados diversos enfoques metodológicos para el diseño de productos turísticos y a raíz de las brechas detectadas se realizó una nueva propuesta, aplicándose en distintas instalaciones turísticas. De esta manera se creó una atractiva posibilidad de activación económica para el gobierno y los sectores operativos, generando beneficios para las comunidades adyacentes y sus administraciones, además de proveer de una nueva alternativa de negocio que permite aprovechar y preservar el patrimonio de la comunidad.

Información de contacto  
[convencionuclv@uclv.cu](mailto:convencionuclv@uclv.cu)  
[www.uclv.edu.cu](http://www.uclv.edu.cu)

PLANTILLA OFICIAL PARA LA PRESENTACIÓN DE TRABAJOS  
II CONVENCION CIENTÍFICA INTERNACIONAL  
“II CCI UCLV 2019”



DEL 23 AL 30 DE JUNIO DEL 2019.  
CAYOS DE VILLA CLARA. CUBA.

**Palabras claves:** turismo, producto turístico, medio ambiente, desarrollo sostenible

**Abstract.**

*Sustained in the Development Plan of the Ministry of Tourism (MINTUR) towards 2030 that foresees to introduce new offers related to the historical cultural value of the city and the Guidelines of the Economic and Social Policy that describe the projection of tourism in Cuba, the present The purpose of the research was to design competitive and sustainable tourism products in the market that would allow the use of the historical, cultural and environmental resources of the Santiago de Cuba destination. To achieve the proposed objective, several methodological approaches were studied for the design of tourism products and, following the gaps detected, a new proposal was made, applying to different tourist facilities. In this way, an interesting possibility of economic activation was created for the government and the operating sectors, generating benefits for the adjacent communities and their administrations, as well as providing a new business alternative that allows to take advantage of and preserve the patrimony of the community.*

**Keywords:** *tourism, tourism product, environment, sustainable development.*

**1. Introducción**

El turismo en Cuba ha devenido desde finales de la década de 1980 como una actividad priorizada dentro de la estrategia de desarrollo diseñada por el Estado para la obtención a corto y mediano plazo de ingresos en divisas que contribuyan a la recuperación económica y posibiliten su reinserción, sobre bases radicalmente nuevas, en el mercado económico internacional. En los Lineamientos de la Política Económica y Social del Partido hacia el sector del turismo se observan en sus acápites del 207 al 214 varias directrices que no solo reafirman esa estrategia, sino que sirven de faro guía para el futuro de la industria garantizando la sostenibilidad y el dinamismo de la economía,

Información de contacto  
[convencionuclv@uclv.cu](mailto:convencionuclv@uclv.cu)  
[www.uclv.edu.cu](http://www.uclv.edu.cu)

**PLANTILLA OFICIAL PARA LA PRESENTACIÓN DE TRABAJOS  
II CONVENCION CIENTÍFICA INTERNACIONAL  
“II CCI UCLV 2019”**

**DEL 23 AL 30 DE JUNIO DEL 2019.  
CAYOS DE VILLA CLARA. CUBA.**



diversificando los mercados emisores y segmentos de clientes, así como sus ofertas para aumentar la competitividad de Cuba en estos mercados.

Estas líneas estratégicas se cumplimentan mediante factores que intervienen en el desarrollo del turismo como la capacitación del capital humano, el perfeccionamiento de la calidad de los servicios, la restructuración de la infraestructura turística y la utilización de tecnologías avanzadas, entre otros. Cuya proyección incluye la participación de la actividad no estatal como oferta turística complementaria, la consolidación del mercado interno, y el fortalecimiento de las expresiones artísticas vinculadas a las actividades turísticas. Para esto se cuenta con abundantes atracciones turísticas, recursos naturales no desarrollados, una idiosincrasia acogedora, un patrimonio histórico autóctono, prolífica vida artística y cultural, estabilidad política y seguridad para los turistas, bautizándola como una joya entre las Antillas Mayores del Caribe.

El poder estimular y(o) potenciar el desarrollo y crecimiento del turismo como fuente generadora de riqueza para un país, región, ciudad o una población depende en muy buena medida de la competitividad de estos como destino turístico, y estos a su vez de la calidad de los productos y servicios que se le ofrezcan al turista. Es por esto que el Ministerio del Turismo se ha trazado una proyección para el cumplimiento de la política del país en cuanto al desarrollo del sector hacia el año 2030, en el cual parte de sus objetivos es lograr un mayor atractivo de la oferta del territorio, diseñando nuevos productos y (o) rediseñando los ya existentes.

De esta pequeña Isla, el destino Santiago de Cuba, fundado por Diego Velásquez en 1515, cuya capital es Ciudad Héroe de la República de Cuba y tan cosmopolita como la capital cubana; posee un alto potencial para desarrollar las modalidades de turismo de naturaleza, cultural, histórico y patrimonial, pues cuenta con un amplio inventario de recursos y atractivos, más del 80% de su territorio es montañoso y el 66% del área que ocupa el municipio cabecero está declarada como reserva natural de la biosfera,

Información de contacto  
[convencionuclv@uclv.cu](mailto:convencionuclv@uclv.cu)  
[www.uclv.edu.cu](http://www.uclv.edu.cu)

**PLANTILLA OFICIAL PARA LA PRESENTACIÓN DE TRABAJOS  
II CONVENCION CIENTÍFICA INTERNACIONAL  
“II CCI UCLV 2019”**

**DEL 23 AL 30 DE JUNIO DEL 2019.  
CAYOS DE VILLA CLARA. CUBA.**



Considerando lo planteado anteriormente se desarrolló una investigación con el objetivo de diseñar productos turísticos en el destino Santiago de Cuba aprovechando recursos históricos, culturales y medioambientales que contribuyan a la diferenciación de su oferta turística.

Se propone una metodología que tribute al logro de las proyecciones estratégicas del MINTUR, sea de fácil implementación y autogestión, y responda a las demandas específicas de su entorno. Se consideran, además, los principios y el marco jurídico del MINTUR, la Casa Matriz y la OSDE (Organización Superior de Dirección Empresarial) para la comercialización de los destinos. Se favorece de esta forma el aumento de la visibilidad de los destinos, el posicionamiento de los mismos en el mercado y la atracción de inversionistas, proveedores y clientes.

La investigación se estructuró de la forma siguiente: Introducción, que en lo esencial caracteriza la situación problemática y fundamenta el problema científico a resolver; Capítulo I, que contiene el marco teórico-referencial que sustenta la investigación; Capítulo II, en el que se presenta el instrumento metodológico confeccionado; Capítulo III en el que se desarrolla el instrumento metodológico; un conjunto de conclusiones y recomendaciones derivadas de la investigación; la bibliografía consultada y finalmente, un grupo de anexos de necesaria inclusión.

## **2. Metodología**

Para el desarrollo de la investigación se analizaron los enfoques metodológicos siguientes: Promperú (2001), Sectur (2001), Sectur (2002), Machado-Hernández (2007), Blanco (2008), Font (2010), González Sainz (2012), Saravia-Muro (2013), Ceballos (2014), Blázquez Sarrión (2014), Castillo Coy (2015), Sernatur (2015) y Cardet Fernández, et al. (2016). Luego, se realizó una red de relación entre autores y variables con el empleo del *software* UCINET 6 examinándose su correspondencia, lo que demostró que las variables en común eran: análisis del entorno, recursos y atractivos, diseño del producto y comercialización. La propuesta diseñada por Cardet Fernández, et

Información de contacto  
[convencionuclv@uclv.cu](mailto:convencionuclv@uclv.cu)  
[www.uclv.edu.cu](http://www.uclv.edu.cu)

**PLANTILLA OFICIAL PARA LA PRESENTACIÓN DE TRABAJOS  
II CONVENCION CIENTÍFICA INTERNACIONAL  
“II CCI UCLV 2019”**

**DEL 23 AL 30 DE JUNIO DEL 2019.  
CAYOS DE VILLA CLARA. CUBA.**



al. (2016) es la que posee un carácter más participativo, propicia la materialización de una mejor gestión de la actuación de los gestores del proceso de diseño en aras de satisfacer las necesidades de los clientes a través de una oferta de productos pertinentes, competitivos y sostenibles. Sin embargo, se evidencia que carece de fases que viabilicen el proceso, posee un gran número de pasos que dificultan la aplicación de la misma, no proporciona la retroalimentación con enfoque de mejora continua a partir de la implementación y ajuste de las desviaciones que pudieran presentarse y además no tiene en cuenta a los proveedores para llevar a cabo adecuadamente la logística en la prestación de los servicios que conforman el producto. Una vez concluido el análisis se elaboró una nueva metodología, quedando estructurada en 5 fases, 8 etapas y 7 pasos.

En el desarrollo de la investigación se utilizaron métodos teóricos y empíricos, así como técnicas y herramientas que se describen a continuación:

**Métodos teóricos**

- ✓ análisis-síntesis, para el análisis de la información obtenida mediante la revisión de literatura y documentación especializada, así como de la experiencia de especialistas consultados,
- ✓ inductivo-deductivo, en la confección de la metodología para el diseño de productos turísticos.
- ✓ hipotético-deductivo, empleado en la formulación de la hipótesis de la investigación y en el arribo a conclusiones.

**Métodos estadísticos**

- ✓ Análisis de correlación entre variables y autores, y de conglomerados jerárquicos para el estudio de las relaciones entre estos. Método de los indicadores ponderados y estandarizados, SAATY.

**Métodos empíricos**

- ✓ Encuesta, observación directa y método de concordancia de Kendall
- ✓ Tormentas de ideas.

**Herramientas**

Información de contacto  
[convencionuclv@uclv.cu](mailto:convencionuclv@uclv.cu)  
[www.uclv.edu.cu](http://www.uclv.edu.cu)

PLANTILLA OFICIAL PARA LA PRESENTACIÓN DE TRABAJOS  
II CONVENCION CIENTÍFICA INTERNACIONAL  
“II CCI UCLV 2019”

DEL 23 AL 30 DE JUNIO DEL 2019.  
CAYOS DE VILLA CLARA. CUBA.



- ✓ Para el procesamiento de la información y la obtención de los resultados se utilizó el Software Statistics Program for Social Sciences (SPSS) versión 19.0 y el UCINET 6.
- ✓ Matriz BCG
- ✓ Matriz de Campo de fuerzas
- ✓ PESTEL
- ✓ Programa Decisión, para procesar los datos obtenidos de la aplicación de algunos instrumentos aplicados en el muestreo intencional.

### 3. Resultados y discusión

#### Fase I. Preparación

Garantizando la no resistencia al cambio y una óptima comunicación entre los investigadores y los trabajadores, se involucró a todo el capital humano de las instalaciones objeto de estudio en cuanto a la ejecución de la actividad planteada. Por lo que se informó a los mismos mediante conferencias el propósito del estudio y la importancia de este, asegurando desde el inicio un alto grado de compromiso. Así mismo se constituyó un grupo de 7 expertos para llevar a cabo el diseño de los productos turísticos. Estos fueron seleccionados atendiendo a su coeficiente de competencia, resultado que arrojó el *software* de toma de decisiones Decisión a través de la introducción de los datos de una encuesta aplicada a los candidatos. Fueron seleccionados los que tuvieron un coeficiente de competencia alto ( $0,8 < K < 1,0$ ), arrojando un total de siete trabajadores. Los mismos se caracterizaron por: conocimientos, competitividad, disposición, capacidad, años de experiencia, profesionalidad, actualización, colectivismo, y creatividad.

#### Fase II. Análisis del escenario turístico

Para realizar el diagnóstico externo se hizo un análisis del macro entorno en el que se tomaron en cuenta variables como el entorno económico, tecnológico, político y legal, socio cultural y medioambiental. Posteriormente para el microentorno se analizaron los

Información de contacto  
[convencionuclv@uclv.cu](mailto:convencionuclv@uclv.cu)  
[www.uclv.edu.cu](http://www.uclv.edu.cu)

**PLANTILLA OFICIAL PARA LA PRESENTACIÓN DE TRABAJOS  
II CONVENCION CIENTÍFICA INTERNACIONAL  
“II CCI UCLV 2019”**

**DEL 23 AL 30 DE JUNIO DEL 2019.  
CAYOS DE VILLA CLARA. CUBA.**



principales indicadores comerciales de los años 2015 al 2018 proporcionados por la Organización Nacional de Estadística (ONE) con el objetivo de conocer el nicho de mercado potencial para el turismo de naturaleza y el turismo histórico-cultural según correspondía a las instalaciones objeto de estudio; por lo que se estudió la cantidad de arribos entre esos años al destino Santiago de Cuba.

Las estadísticas muestran que en el destino Santiago de Cuba los principales mercados emisores son: Alemania, Francia, Italia, Canadá, España, Inglaterra y Estados Unidos. Según el motivo de la visita a la ciudad el mercado alemán es el que muestra un mayor interés en conocer la cultura y la historia del destino, secundado por el francés y el canadiense; por su parte en cuanto a turismo de naturaleza se ubica Canadá como principal mercado, seguido de Alemania, Inglaterra, Francia, España y Holanda.

- ✓ Como resultado del análisis realizado se determinó el perfil del consumidor para los productos a diseñar en las instalaciones objeto de estudio quedando: Hotel Islazul Las Américas: hombres y mujeres de nacionalidad alemana, con un rango de edad de 30 a 70 años, secundado por franceses con un rango de edad de 30 a 60 años.
- ✓ AA.VV. Cubatur: hombres y mujeres de nacionalidad canadiense, con un rango de edad de 40 a 60 años, secundado por alemanes con un rango de edad de 30 a 60 años.
- ✓ Villa Cubanacán Mar Paraíso: hombres y mujeres de nacionalidad alemana, con un rango de edad de 50 a 75 años, secundado por franceses con un rango de edad de 50 a 75 años.

Posteriormente se realizó un análisis de la competencia en el cual el grupo de expertos determinó los factores a analizar según la naturaleza de las instalaciones objeto de estudio. El resultado de la ponderación de los factores cualitativos se obtuvo a través de la multiplicación del peso y la puntuación emitida por los expertos. El peso asignado se evaluó mediante el método multicriterial de SAATY y la posición de cada competidor, se estableció a partir de la mayor cantidad de puntos (ponderación) por cada competidor.

Información de contacto  
[convencionuclv@uclv.cu](mailto:convencionuclv@uclv.cu)  
[www.uclv.edu.cu](http://www.uclv.edu.cu)

**PLANTILLA OFICIAL PARA LA PRESENTACIÓN DE TRABAJOS  
II CONVENCION CIENTÍFICA INTERNACIONAL  
“II CCI UCLV 2019”**

**DEL 23 AL 30 DE JUNIO DEL 2019.  
CAYOS DE VILLA CLARA. CUBA.**



Según los resultados obtenidos, se identificó como competidor fundamental de la AA.VV. Cubatur a Ecotur, seguido de Cubanacán, los cuales ofrecen un producto semejante al que se desea posicionar. En relación con la Agencia Cubatur, las debilidades se encontraron en la promoción y la imagen, sin embargo, mostró una posición fuerte en el resto de los factores analizados. Lo que arrojó que esta se encontrara en una posición no muy ventajosa.

Algo similar se evidenció en la Villa Cubanacán Mar Paraíso, en la cual se identificó como competidores fundamentales: Hotel Meliá Santiago, Iberostar Casa Granda, Iberostar Imperial, Iberostar San Félix; dada que las debilidades esenciales se encontraron en la ubicación, la promoción y la imagen. Por su parte, el Hotel Islazul Las Américas se ubicado en el puesto número 7 frente a sus competidores, identificándose así como los más cercanos: Villa Gaviota y el Rex; influyendo en este resultado fundamentalmente la calidad, la personalización y la imagen.

Subsiguientemente se analizaron los intermediarios y los proveedores logísticos, con lo que se pudo constatar que la AA.VV. Cubatur posee una gran flexibilidad, en cuanto a sus prestatarios, al igual que en la Villa Cubanacán Mar Paraíso. Sin embargo, en el Hotel Islazul Las Américas el análisis de flexibilidad realizado arrojó un resultado del 43% lo que evidencia la poca probabilidad que tiene la empresa de suplir sus productos en caso de existir alguna falla con sus suministros. Siguiendo la secuencia de la metodología propuesta, se realizó un inventario de recursos y atractivos del destino Santiago de Cuba y del destino Guamá, este último se tomó en consideración como objeto de estudio por la AA.VV. Cubatur porque uno de los objetivos del Programa de Desarrollo del MINTUR hacia el 2030 es el replanteamiento de las estrategias comerciales de la Zona Oriental, dividida en cuatro territorios de preferente uso turístico: Guamá, Cobre, II Frente y Baconao.

Se pudo constatar que según las categorías de: Atractivos naturales, Patrimonio histórico e Infraestructura de alojamiento, el destino Guamá posee una cantidad de 68, 11 y 947 respectivamente. Por su parte, el destino Santiago de Cuba como destino

Información de contacto  
[convencionuclv@uclv.cu](mailto:convencionuclv@uclv.cu)  
[www.uclv.edu.cu](http://www.uclv.edu.cu)



**PLANTILLA OFICIAL PARA LA PRESENTACIÓN DE TRABAJOS  
II CONVENCION CIENTÍFICA INTERNACIONAL  
“II CCI UCLV 2019”**

**DEL 23 AL 30 DE JUNIO DEL 2019.  
CAYOS DE VILLA CLARA. CUBA.**



turístico, reúne posibilidades innumerables no solo por su historia, cultura o naturaleza, sino también por la riqueza de sitios de interés en esos escenarios. Esta ciudad, ostenta el Título Honorífico de Héroe de la República de Cuba y la Orden Antonio Maceo, en reconocimiento a la historia forjada por el pueblo santiaguero en las distintas etapas de lucha. Privilegiado por su caudal patrimonial, aquí se asientan dos sitios cubanos distinguidos por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) con el título de Patrimonio de la Humanidad: el Castillo de San Pedro de la Roca (El Morro) y el Museo Cafetal La Isabelica, una de las ruinas de los primeros asentamientos franceses ubicados entre su lomerío.

Además, forman parte de la región turística de Santiago de Cuba la Reserva Mundial de la Biosfera de Baconao, el área de Guamá relacionada con Bahía del Mazo y la subregión Norte de la Sierra Maestra, vinculada a El Saltón. Conjuntamente con una veintena de importantes museos y agradables sitios como: cabarets, discotecas, piano bares y salas de fiestas.

Para el diagnóstico interno se analizó la cultura organizacional con la finalidad de conocer cómo se gestiona la innovación; se realizó un estudio de competencias laborales y se tuvo en cuenta la satisfacción del cliente interno. Se analizó además la cartera de productos utilizando la matriz BCG y teniendo en cuenta:

- ✓ Para la AA.VV. Cubatur: el comportamiento de las excursiones que se mueven principalmente alrededor de la promoción del turismo de ciudad, naturaleza, histórico, religioso y de sol y playa. Clasificadas como excursiones convencionales, dirigidas al mercado internacional y excursiones económicas dirigidas al mercado interno. Los resultados arrojaron una posición ambigua en cuanto a las excursiones económicas, lo que demostró que estos productos están en el proceso de pasar de vaca a perro. Se encuentran en la madurez de su ciclo, con tendencia a largo plazo al declive, proponiendo así o una retirada estratégica o el rejuvenecimiento de sus productos. Respecto a las excursiones convencionales se encuentran en el cuadrante

Información de contacto  
[convencionuclv@uclv.cu](mailto:convencionuclv@uclv.cu)  
[www.uclv.edu.cu](http://www.uclv.edu.cu)

**PLANTILLA OFICIAL PARA LA PRESENTACIÓN DE TRABAJOS  
II CONVENCION CIENTÍFICA INTERNACIONAL  
“II CCI UCLV 2019”**



**DEL 23 AL 30 DE JUNIO DEL 2019.  
CAYOS DE VILLA CLARA. CUBA.**

de dilema, representando una oportunidad para invertir en ellas, diseñando nuevos productos turísticos, requiriendo así gastos de comercialización y formación.

- ✓ Para el Hotel Islazul Las Américas: los procesos de Alojamiento, Restauración y Animación. Los resultados arrojaron que estos procesos se encuentran en la madurez de su ciclo, con tendencia a largo plazo al declive, proponiendo así o una retirada estratégica o el rejuvenecimiento de sus productos y (o) servicios.
- ✓ Para la Villa Cubanacan Mar Paraiso: los procesos de Alojamiento, Restauración y Animación. Los resultados arrojaron que estos procesos se encuentran en el cuadrante de dilema, representando una oportunidad para invertir en ellos, diseñando nuevos productos turísticos, requiriendo así gastos de comercialización y formación.

En el análisis se tuvo en cuenta además la imagen e identidad de las instalaciones, así como los principales resultados económicos proporcionado por los estados de resultado de las mismas. En la AA.VV, se evidenció un comportamiento inestable de los ingresos, debido a la disminución de las ventas de excursiones terrestres convencionales y las estancias, afectando así las ventas de exportación de servicios; en el Hotel Las Américas el comportamiento arrojó una marcada disminución de los TT.DD en los últimos años.

Como resumen de esta fase se realizó un análisis interno-externo utilizándose para ello el diagrama de campo de fuerzas, coincidiendo el estado actual en los tres casos como el desaprovechamiento de los recursos históricos, culturales y medioambientales, ocurriendo lo mismo con el estado deseado, el cual responde al diseño de nuevos productos turísticos, constatándose un peso ponderado de las fuerzas impulsoras mayor que las fuerzas restringentes en todas las instalaciones objeto de estudio, existiendo una correlación favorable para lograr el cambio deseado.

### **Fase III. Creación del producto**

En un primer momento se determinaron los objetivos de las instalaciones en concordancia con las características del destino. Quedando que las actividades potenciales que pudieran realizarse en el destino Guamá circundan en el turismo de naturaleza y que dentro de esta modalidad se encuentran el ecoturismo, el turismo rural

Información de contacto  
[convencionuclv@uclv.cu](mailto:convencionuclv@uclv.cu)  
[www.uclv.edu.cu](http://www.uclv.edu.cu)

PLANTILLA OFICIAL PARA LA PRESENTACIÓN DE TRABAJOS  
II CONVENCION CIENTÍFICA INTERNACIONAL  
“II CCI UCLV 2019”



DEL 23 AL 30 DE JUNIO DEL 2019.  
CAYOS DE VILLA CLARA. CUBA.

y el turismo de aventura; y en el destino Santiago de Cuba, el turismo de ciudad enmarcado en el turismo histórico-cultural. Posteriormente se generaron alternativas basadas en esas manifestaciones. Creándose así productos que abarcasen los atractivos y recursos planteados en la tormenta de ideas con la finalidad de que se posicionen en el mercado y sean competitivos.

Desde la AA.VV Cubatur hacia el destino Guamá, se propuso una ruta como producto turístico nombrada “Naturaleza Oculta”, con un tiempo de duración de 6 días y 5 noches y un nivel de dificultad medio-bajo

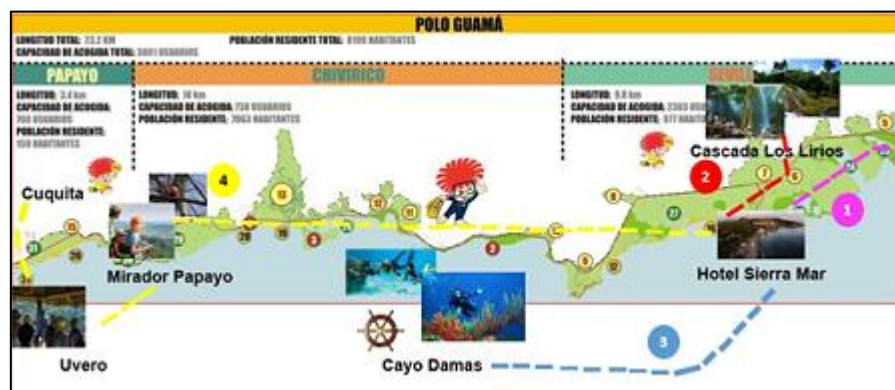


Figura 1. Recorrido programado. Fuente: Elaboración propia

**El Programa de un modo macro quedó confeccionado de la siguiente manera:**

- ✓ Primer día: Acogida y Organización
- ✓ Segundo día: Cascada Los Lirios
- ✓ Tercer día: Cayo Damas
- ✓ Cuarto día: Mirador El Papayo, Uvero y La Cuquita
- ✓ Quinto día: Despedida a la puesta del Sol
- ✓ Sexto día: Regreso a Santiago

En el Hotel Islazul Las Américas se diseñaron varios servicios como el de parrillada en la piscina, el cual brindaría alimentos elaborados al momento como: bistec de cerdo, pollo asado o embutidos cárnicos; que son de fácil acceso a través de diversos proveedores que tiene la entidad que suministran este tipo de producto. Noche temática en el restaurante “Cuba Linda” dirigidas al mercado alemán que es el mayor emisor de

Información de contacto  
[convencionuclv@uclv.cu](mailto:convencionuclv@uclv.cu)  
[www.uclv.edu.cu](http://www.uclv.edu.cu)

**PLANTILLA OFICIAL PARA LA PRESENTACIÓN DE TRABAJOS  
II CONVENCION CIENTÍFICA INTERNACIONAL  
“II CCI UCLV 2019”**

**DEL 23 AL 30 DE JUNIO DEL 2019.  
CAYOS DE VILLA CLARA. CUBA.**



clientes del hotel y donde habrá un día dedicado a la cultura alemana y otro a la cultura cubana. El coctel de bienvenida con frutas y bebidas típicas de Santiago denominando “Batido tropical” y además se propuso un diseño de restauración del lobby donde se cambia su estructura con el objetivo de hacerlo más acogedor y funcional.

Para la Villa Cubanacán Mar Paraíso se diseñó un producto concebido sobre el tema marino el cual explota valores históricos, culturales y medioambientales. En el subsistema de alojamiento se diseñaron tres habitaciones sencillas y una para discapacitados así como el de las habitaciones mini suites y las habitaciones dobles. Además, se diseñaron: el puesto médico, los servicios de excursiones y *tours* como complemento. Finalmente se propuso como podía estar concebido el programa de animación de la instalación.

#### **Fase IV. Comercialización del producto**

Se realizó el análisis de las variables de comercialización tales como:

##### **✓ Distribución**

Los canales de distribución se propuso fueran las principales Agencias de Viajes: Cubatur, Havanatur, Ecotur y Gaviota Tours, así como los turoperadores extranjeros y las páginas *web* especializadas de internet.

##### **✓ Posicionamiento**

El posicionamiento no se analizó ya que los productos están en proceso de creación y deben ser aprobados por el MINTUR para su implementación.

##### **✓ Comunicación-Promoción**

Para la variable comunicación-promoción se proponen las acciones siguientes:

- Incorporar las propuestas de productos en las carteras de productos y plataformas digitales en las cuales comercializan los canales de distribución.
- Utilizar cuñas de radio, emisoras nacionales, (Radio Taíno, Cubavisión Internacional), spot de televisión.

Información de contacto  
[convencionuclv@uclv.cu](mailto:convencionuclv@uclv.cu)  
[www.uclv.edu.cu](http://www.uclv.edu.cu)

**PLANTILLA OFICIAL PARA LA PRESENTACIÓN DE TRABAJOS  
II CONVENCION CIENTÍFICA INTERNACIONAL  
“II CCI UCLV 2019”**



**DEL 23 AL 30 DE JUNIO DEL 2019.  
CAYOS DE VILLA CLARA. CUBA.**

- Diseño de *posters*, plegables, afiches y sueltos con la información bien proporcionada en su espacio.
- Exposición de los productos en ferias internacionales o nacionales como el FitCuba, Turnat.

De manera general se diseñó para el Hotel Islazul Las Américas: el identificador del slogan, el suelto con textos descriptivos e imágenes que caracterizan los atractivos del hotel y una gigantografía de vinilo grabada de dimensión 1.45 m de largo por 95 centímetros de ancho.

#### **4. Conclusiones**

1. La red de relación entre autores y variables permitió determinar puntos en común entre los enfoques metodológicos analizados, seleccionándose y adaptándose el de Cardet Fernández et al. (2016) por ser el que posee mayor carácter participativo para el diseño de productos turísticos.
2. El destino Santiago de Cuba y el Territorio de Preferente Uso Turístico Guamá poseen atributos únicos y auténticos con posibilidad de aprovechamiento y puesta en valor turístico lo que potencia las propuestas de diseño realizadas.
3. Los productos turísticos diseñados integran actividades del turismo de salud, histórico, cultural y de naturaleza, contribuyendo a la diferenciación de la oferta turística del destino Santiago de Cuba y del Territorio de Preferente Uso Turístico Guamá.

#### **5. Referencias bibliográficas**

1. Acerenza, Miguel Ángel (2010): Agencias de Viajes, Características Generales. Estudios.
2. Blázquez, Jesús y Sarrión, Juan. (2014): Metodología específica para la creación de producto turístico. Rutas Pangea y Fundación de los Ferrocarriles Españoles (FFE) Gerencia de Vías Verdes y Medio Ambiente.

Información de contacto  
[convencionuclv@uclv.cu](mailto:convencionuclv@uclv.cu)  
[www.uclv.edu.cu](http://www.uclv.edu.cu)

**PLANTILLA OFICIAL PARA LA PRESENTACIÓN DE TRABAJOS  
II CONVENCION CIENTÍFICA INTERNACIONAL  
“II CCI UCLV 2019”**

**DEL 23 AL 30 DE JUNIO DEL 2019.  
CAYOS DE VILLA CLARA. CUBA.**



3. Castillo, Coy. (2015): Metodología para desarrollar productos turísticos – caso de estudio. Red Internacional de Investigadores en Competitividad Memoria del IX Congreso ISBN 978-607-96203-0-4.
4. Cardet Fernández, E.; José, R.; Rodríguez, R. (2011) Programa de Desarrollo de Gibara como Municipio Turístico. Trabajo de Diploma en opción al título de Licenciado en Turismo. Universidad de Holguín, Ingeniería Industrial y Turismo, Cuba.
5. Cardet, Fernández., et al. (2016): Procedimiento para el diseño de productos turísticos basados en el patrimonio de un municipio. Retos de la Dirección 2018; 12(1):1-16.
6. Gómez, G. (2014). Procedimiento metodológico de diseño de productos turísticos para facilitar nuevos emprendimientos Revista Retos, 8(1) pp. 157-172.
7. González Sainz, Yaumara (2012). Propuesta de diseño del producto turístico Centro Recreativo Cultural El Siglo XX en Gibara. Trabajo de Diploma en opción al título de Licenciada en Turismo. Universidad de Holguín. Cuba.
8. Klaric, Jürgen. (2014): Véndele a la mente y no a la gente. Editorial Bussines & Innovation of America BIIA.
9. Kotler, Philip y Keller, Kevin Lane. (2006): Dirección de Marketing. PEARSON EDUCACIÓN, México.
10. López de Ávila, Antonio; Lancis, Enrique; García, Susana; Alcantud, Andrés; García, Beatriz; Muñoz, Nuria. (2015): Informe destinos turísticos inteligentes: construyendo el futuro. SEGITTUR.
11. Machado, Chaviano y Esther, Lidia. (2007) Integración y diseño del producto turístico. Aplicado a la región central del destino Cuba. GeoGraphos. [En línea]. Alicante: Universidad de Alicante, 15 de enero de 2013, vol. 4, nº 35, p. 69-92. [ISSN: 2173-1276].
12. Organización Nacional de Estadística. (2016): Anuario Estadístico de Santiago de Cuba. Edición 2017.

Información de contacto  
[convencionuclv@uclv.cu](mailto:convencionuclv@uclv.cu)  
[www.uclv.edu.cu](http://www.uclv.edu.cu)

**PLANTILLA OFICIAL PARA LA PRESENTACIÓN DE TRABAJOS  
II CONVENCION CIENTÍFICA INTERNACIONAL  
“II CCI UCLV 2019”**

**DEL 23 AL 30 DE JUNIO DEL 2019.  
CAYOS DE VILLA CLARA. CUBA.**



13. San, V. Alejandro, M. (2015) Diseño de los servicios del Hotel E Saratoga Holguín. Tesis presentada en opción al título de Licenciado en Turismo, Universidad de Holguín, Ingeniería Industrial y Turismo, Cuba.
14. Saravia, María del Carmen y Muro, Marta Noemí. (2013): Productos turísticos. Metodología para su elaboración. Revista de ciencias sociales, segunda época N° 29, otoño de 2016, pp. 53-78.
15. Sernatur (2015): Manual Paso a paso para el Diseño de Productos Turísticos integrados. Subdirección de Productos y Destinos Sustentables.

Información de contacto  
[convencionuclv@uclv.cu](mailto:convencionuclv@uclv.cu)  
[www.uclv.edu.cu](http://www.uclv.edu.cu)