

Facultad de Ingeniería Industrial
Departamento de Licenciatura en Turismo

Trabajo de Diploma en Opción al Título de Licenciado en Turismo

Título: Producto turístico “La tierra más hermosa...”

Autor: Juan Carlos López Ronda

Tutor: Esp. Lorenzo Peña Leyva

Holguín, 2017

*"Mira que te mando que te esfuerces y seas
valiente; no temas ni desmayes, porque Jehová
tu Dios estará contigo en dondequiera que
vayas".*

Josué 1:9

Dedicatoria

*Ante todo le dedico mis Resultados, Esfuerzos,
Sacrificios, Éxitos presentes y futuros, Voluntad y
Amor...; en fin todo lo que representan cinco añitos
como estudiante universitario pero toda una vida al
servicio de mi sociedad, son humildes ofrendas para mi*

Buen Dios, Fiel y Grande en Amor.

*A Adianez, mi esposa y compañera por **siempre**
A mis padres, por **siempre** confiar en que podía llegar
hasta aquí*

*A mis abuelos, porque **siempre** los necesito,
A todos los que se sacrifican y persisten por lo que
quieren...*

Agradecimientos

*A mi Dios, por todas las puertas que has abierto y
cerrado en mi vida, por darme fuerzas suficientes para
llegar a la meta;*

*A mis compañeros de aula por hacer de esta experiencia
una agradable memoria en mí para siempre;*

*A mis maestros de todas mis etapas como estudiante y
en especial a Lorenzo, evangelio vivo;*

*A Evelina y Justa, caudales de conocimiento y
consagración;*

Al colectivo de Ecotur Oriente;

Especialmente Danilo, Yosmani y Félix;

*A todos aquellos que de una manera u otra me
apoyaron para que pudiera hacer realidad este sueño...*

Gracias

RESUMEN

“Continuar incrementando la competitividad de Cuba en los mercados turísticos, diversificando las ofertas (...)”, es la misión trazada en el VII Congreso del PCC y premisa de la presente investigación. Como resultado fundamental se obtiene el diseño del producto turístico “La tierra más hermosa...”, desarrollada a partir de la metodología para la mejora o diseño de productos turísticos y su comercialización, MEPROTUR de Funcia *et al* (2009), la cual consta de seis etapas. Se determinaron las oportunidades a través del análisis de los mercados y de la oferta actual de productos de ese tipo en el destino Holguín. Fué estructurado el producto y definido el nombre para el mismo. Se fijó el precio y el impacto medioambiental que llevaría su puesta en marcha. Finalmente se diseñó el plan de comunicación y se evaluó la pertinencia del producto a través del criterio de los especialistas. La propuesta fue avalada por directivos de la agencia Ecotur Oriente, demostrando su capacidad para responder ante las exigencias y necesidades de desarrollar productos pertinentes, competitivos y sostenibles.

Palabras claves: Producto turístico, diseño de productos turísticos

ABSTRACT

"Continuing to increase the competitiveness of Cuba in tourism markets, diversifying offers (...)", is the mission outlined in the VII Congress of the PCC and premise of the present investigation. As a fundamental result, the design of the tourism product "The most beautiful land ..." was developed, based on the methodology for the improvement or design of tourism products and their commercialization, MEPROTUR de Funcia et al (2009), which consists of six Steps. The opportunities were determined through the analysis of the markets and the current offer of such products in the Holguin destination. The product was structured and the name was defined for it. It was fixed the price and the environmental impact that would lead to its implementation. Finally the communication plan was designed and the relevance of the product was evaluated through the criteria of the specialists. The proposal was endorsed by managers of the Ecotur Oriente agency, demonstrating its ability to respond to the demands and needs of developing relevant, competitive and sustainable products.

Keywords: Tourist product, tourism product design

INDICE	Pág.
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I: MARCO TEÓRICO - REFERENCIAL.....	5
1.1 Producto turístico	5
1.1.1 Características de los productos turísticos	8
1.1.2 Clasificación de los productos turísticos.....	9
1.2 El producto turístico integrado: actividades y modalidades.....	11
1.2.1 Turismo de naturaleza.....	14
1.3 Procedimientos y metodologías para el diseño de nuevos productos turísticos	15
1.4 Funcia et al (2009): “Metodología para la mejora o diseño de productos turísticos y su comercialización” (MEPROTUR)	18
CAPÍTULO II: DISEÑO DEL PRODUCTO TURÍSTICO “LA TIERRA MÁS HERMOSA...”	21
2.1 Determinación de las oportunidades.....	21
2.1.1 Demanda del mercado.....	21
2.1.2 Oferta de productos de naturaleza del destino Holguín	26
2.1.3 Análisis de la competencia	28
2.1.4 Oportunidades para el desarrollo del nuevo producto turístico	33
2.2 Estructuración del producto turístico	34
2.2.1 Potencialidades existentes en la provincia Holguín para el diseño de un producto turístico	34
2.2.2 Objetivo del nuevo producto turístico	38
2.2.3 Idea del producto	38
2.2.4 Definición del nombre del producto.....	41

2.2.5 Atractivos y actividades	41
2.2.6 Mix de servicios	44
2.3 Proceso de prestación	45
2.4 Precio y análisis medioambiental	49
2.4.1 Cotización, cálculo económico y precio del producto.....	49
2.4.2 Análisis medioambiental	53
2.5 Distribución y comunicación del producto turístico.....	53
2.5.1 Posicionamiento	53
2.5.2 Estrategias de distribución y comunicación del producto	54
2.6 Evaluación	56
CONCLUSIONES.....	59
RECOMENDACIONES	60
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	61
ANEXOS	

INTRODUCCIÓN

El destino Cuba, además del turismo de sol y playa, continúa trabajando por diversificar sus productos y desarrollar otras ofertas que incluyan como atractivo la cultura, la naturaleza y la náutica, comprometido en lograr un turismo de paz, salud, seguridad y un multidestino en sí mismo. Significa entonces que el destino Cuba necesita posicionarse como un destino múltiple, donde no solo se le reconozca por el sol y buenas playas, sino también por la rica historia, tradiciones culturales, arte y condiciones naturales, además de combinar estas con la seguridad al turista, estabilidad política, hospitalidad del pueblo y profesionalidad de los trabajadores, logrando así convertir al país en una de las primeras alternativas del turismo regional.

La política del Estado Cubano para el sector turístico ha precisado en los Lineamientos de la Política Económica y Social del VII Congreso del PCC, específicamente en el (207): “La actividad turística deberá tener un crecimiento acelerado que garantice la sostenibilidad y dinamice la economía, incrementando de manera sostenida los ingresos y las utilidades, diversificando los mercados emisores y segmentos de clientes, y maximizando el ingreso medio por turista. Por otra parte el (208) plantea: “Continuar incrementando la competitividad de Cuba en los mercados turísticos, diversificando las ofertas, potenciando la capacitación de los recursos humanos y la elevación de la calidad de los servicios con una adecuada relación “calidad-precio” (PCC, 2016).

Actualmente la concientización ecológica reúne cada vez más adeptos impulsados por la necesidad innata del ser humano de relacionarse con las riquezas que solo la Madre Tierra les puede ofrecer. Por lo cual el sector turístico cubano tiene que estar preparado para saber aprovechar de manera eficiente y sostenible las sobradas potencialidades naturales que coinciden a lo largo del territorio nacional, donde la provincia Holguín es privilegiada en

cuanto a atractivos de naturaleza se refiere, con posesión de: 41 playas, 22 bahías, 21 cuevas, seis yacimientos de fango y aguas minero-medicinales. Cuenta además con tres Parques Nacionales, una Reserva Ecológica, una Reserva Natural, cuatro Reservas Florísticas Manejadas, dos Elementos Naturales Destacados, dos Paisajes Naturales Protegidos, cuatro Refugios de Fauna y una Área Protegida de Recursos Manejados, para un total de 18 Áreas Protegidas (Polanco, 2014).

Según investigaciones realizadas, entre los mercados que demandan con mayor fuerza los productos de naturaleza se encuentra el estadounidense, uno de los líderes a escala global en viajes de ocio hacia el exterior y el consumo de excursiones entre las actividades que gustan realizar en los destinos que visitan. Existen pocas agencias y turoperadores norteamericanos comercializando el destino Cuba debido a las restricciones comerciales que han existido entre ambos países, no obstante, se han dado algunos pasos y ya aparece Cuba en algunas carteras de productos de agencias y turoperadores estadounidenses como: Globus, Abercrombie & Kent, Smart Tours y Road Schoolar (Fernández y Pérez, 2016).

Al mismo tiempo, compañías estadounidenses de cruceros, como Carnival Cruises, Royal Caribbean, Pearl Seas Cruises y Princess Cruises, presentaron sus programas de itinerarios con escalas en La Habana y otros puertos cubanos. También las mayores aerolíneas estadounidenses, como American Airlines, JetBlue Airways, Delta, Silver Airways, Southwest, Eastern, Frontier y United Airlines anunciaron y presentaron licitaciones para vuelos directos comerciales, los cuales suponen unos 50.000 asientos semanales a aeropuertos de la isla (América Economía, 2016).

Es por eso que resulta necesario conformar productos turísticos coherentes con el contexto actual y futuro, dirigida a satisfacer las necesidades de un mercado que cada vez crece más en el destino Cuba y que es clara oportunidad a aprovechar por el sector turístico cubano. En respuesta a esta misión como parte de la estrategia de desarrollo 2015-2020, la Agencia de Viajes Ecotur, líder nacional en la comercialización de productos turísticos de naturaleza, ha decidido renovar su cartera de ofertas, siendo premisa del autor

del presente informe, el diseño del producto turístico “La tierra más hermosa...”, especialmente para clientes estadounidenses que prefieran estar en contacto directo con la naturaleza y vivir nuevas experiencias.

A partir de los argumentos expuestos anteriormente, se define el siguiente **problema profesional**: ¿Cómo contribuir a diversificar la oferta de productos turísticos del destino Holguín?

Partiendo de esta problemática, se considera como **objeto de estudio**: el diseño de productos turísticos y su **campo de acción**: el diseño de productos turísticos de naturaleza.

En correspondencia con ello, el **objetivo general** de la investigación consiste en: diseñar el producto turístico de naturaleza “La tierra más hermosa...”, especialmente para el mercado estadounidense.

Así mismo se define **la idea a defender** siguiente: El diseño del producto turístico de naturaleza “La tierra más hermosa...” contribuirá a la diversificación de la oferta turística del destino Holguín.

Objetivos específicos de la investigación:

1. Elaborar el marco teórico-conceptual a través del examen de la bibliografía actualizada y especializada existente sobre el diseño de productos turísticos.
2. Seleccionar la metodología más adecuada para el diseño del producto turístico.
3. Diseñar el producto turístico de naturaleza “La tierra más hermosa...”, especialmente para el mercado estadounidense.

Para dar cumplimiento a los objetivos planteados se utilizaron los **métodos científicos** siguientes:

Métodos teóricos

- El histórico-lógico que permitió conocer la génesis y evolución del desarrollo de productos turísticos
- La inducción y deducción, así como la abstracción científica, permitieron llegar a consideraciones fundamentales sobre el objeto de estudio
- El análisis y la síntesis, para la descomposición del objeto en sus diferentes partes, buscar relaciones entre los componentes y elaborar conclusiones parciales y finales

Métodos empíricos

- Observación Científica: Para obtener información visual concerniente a los atractivos objeto de estudio de la investigación.
- Búsqueda heurística, para la recopilación de información acerca del tema a través de la consulta de diversas fuentes bibliográficas
- Tormenta de ideas: para la generación de nuevas ideas
- Cuestionario: para disponer del criterio y validación del producto propuesto, por especialistas en la temática

El informe de investigación está estructurado por: Introducción la cual contiene la fundamentación científica de la investigación realizada, dos capítulos: en el primero se exponen fundamentos teóricos del producto turístico y del producto turístico integrado, así como el análisis de las metodologías de diseños de productos. En el segundo se expone la propuesta de diseño de un producto turístico enfocado a satisfacer la demanda del mercado estadounidense. Además el informe cuenta con Conclusiones y Recomendaciones que definen entre otros elementos el aporte de la investigación, la cual se sustenta teóricamente en Referencias Bibliográficas fundamentadas en materiales de muy diversas fuentes: textos, artículos, informes especializados y otros son resultado de la selección de una amplia y sistemática búsqueda en Internet. Con el objetivo de apoyar lo expuesto en el cuerpo del informe y facilitar una mejor comprensión del mismo se recogen en los Anexos: tablas, gráficos e informaciones de importante consulta.

CAPITULO I: MARCO TEÓRICO - REFERENCIAL

En el presente capítulo se muestran los antecedentes relacionados con el objeto de estudio de la investigación, y por tanto, está estrechamente relacionado con la naturaleza y contenido del proceso de diseño de productos turísticos. Se inicia relacionando todo lo referente a productos turísticos, características y clasificaciones, luego el producto turístico integrado. Seguidamente generalidades acerca del turismo de naturaleza. Por otra parte son examinados procedimientos y metodologías para el proceso de diseño y desarrollo de productos turísticos; determinando finalmente, la metodología a aplicar en la presente investigación.

A continuación, se ilustra el hilo conductor que va seguir el capítulo en cuestión:

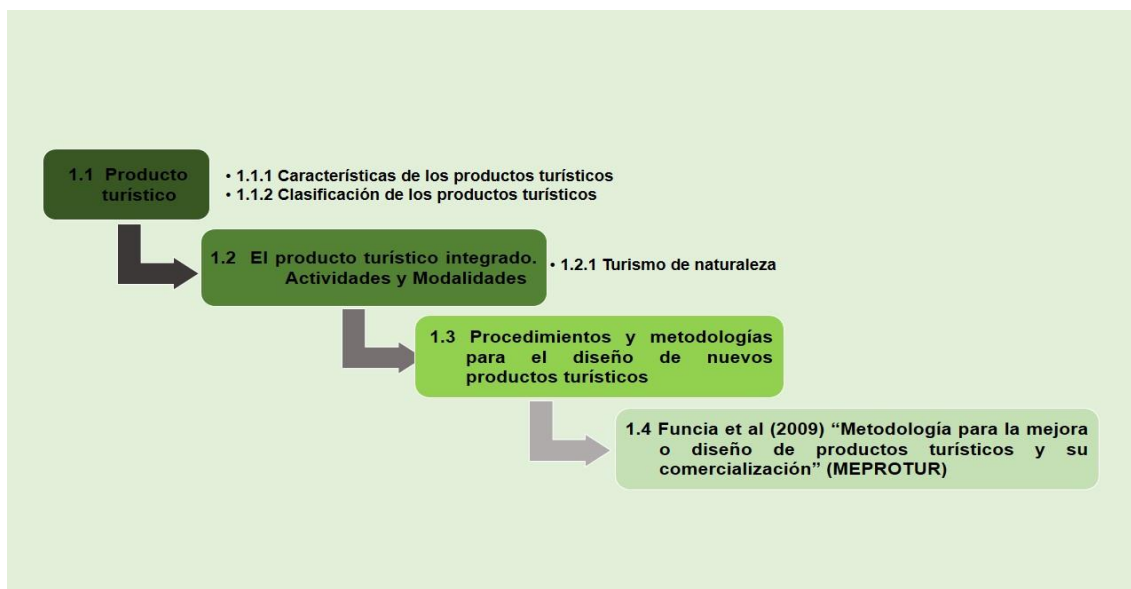


Figura 1.1: Hilo conductor del capítulo

1.1 Producto turístico

Normalmente el término producto trae a la mente un objeto físico, mientras que el término servicio hace referencia a prestaciones intangibles. No obstante, los

productos físicos son utilizados para proporcionar servicios. Según Kotler (2004), los individuos satisfacen sus necesidades y deseos con productos y un producto es cualquier cosa que se puede ofrecer para satisfacer una necesidad o un deseo, por lo tanto el concepto de producto no se limita a objetos físicos. En sentido más amplio, los productos incluyen también las experiencias, personas, lugares, organización, información e ideas. De esta manera, en el presente informe se empleará el término producto para referirse a productos físicos y servicios capaces de proporcionar satisfacción a un deseo o necesidad.

El producto constituye la variable más importante del marketing-mix, pues es el elemento principal de la oferta de cualquier empresa y alrededor del cual giran el resto de las variables. El diseño del producto determinará, en gran manera, qué precios pueden cobrarse, qué formas de promoción son necesarias y qué canales de distribución pueden ser utilizados.

Existen numerosas definiciones acerca de los productos turísticos. Medlik y Middleton (1973) afirman que: “en lo que concierne al turismo, el turista puede optar entre una amplísima gama de productos desde el momento en que sale de su domicilio hasta que regresa”.

Por tanto, el “producto turístico” ha de ofrecer al consumidor un conjunto de utilidades funcionales y psicológicas, siendo las primeras las que satisfacen las necesidades básicas, y las segundas, las relacionadas con el valor simbólico concedido por el turista al lugar o actividad elegida, y al valor social frente a grupos de referencia (Middleton, 1995).

En cuanto a esto Gilbert (1996) plantea que los productos turísticos son una “amalgama de diferentes bienes y servicios ofrecidos como experiencia de actividad al turista...”.

A continuación será analizado el estudio realizado por González Ferrer (2007), el cual será tomado como base conceptual de producto turístico del presente informe de investigación por su coherencia con los objetivos del mismo, donde se plantea que: “Las aproximaciones conceptuales del producto turístico se debaten entre la perspectiva clásica de los “bienes y servicios que demande el turista” y la emergente visión del “desplazamiento en un viaje de

ida y vuelta”; distinguiéndose los siguientes ejes de análisis: producto en sí, oferta y demanda, los que en su sinergia pueden ofrecer un marco de entendimiento de las singularidades prácticas y las generalidades teóricas del concepto de producto turístico”.

De la siguiente manera González Ferrer (2007) coincide con los autores citados anteriormente, al delimitar el producto turístico como un conglomerado de atributos tangibles e intangibles, ensamblados por el turista, que tiene una organización de servicio como centro de referencia, pero que no es únicamente gestionado por ella; que explota recursos turísticos como atractivos, sean atractivos naturales y (o) socioculturales, soportados con la infraestructura necesaria gestionada por los gobiernos locales, y brinda servicios que permiten el desarrollo de actividades turísticas, todo lo cual confluye en un espacio local determinado; es ofertado en el mercado y consumido en el lugar de prestación del servicio, generando flujos turísticos en búsqueda de beneficios, experiencia y aprendizaje.

Esto significa que, los turistas gastan en el viaje una parte de los ingresos obtenidos en sus lugares de residencia habitual. Por tanto, esperan recibir a cambio servicios que les satisfagan. Para ello, un determinado conjunto de empresas orquestadas por la visión de desarrollo del destino turístico a la cual pertenecen, tienen que desarrollar previamente actividades productivas que se traducen en la elaboración de los productos que ofrecerán a sus clientes potenciales (González Ferrer, 2007).

Por otra parte se entiende por Paquete Turístico, como un producto que se comercializa de forma única. Contiene dos o más servicios de carácter turístico, como alojamiento, manutención y transporte, por el cual se abona un precio dentro del cual el consumidor no es capaz de establecer un precio individual para cada servicio que se le presta (González Ferrer, 2007).

Partiendo de las ideas expuestas anteriormente el autor de la presente investigación concuerda con los autores citados anteriormente en que el “producto turístico” puede considerarse como una amalgama de atracciones, de disímiles ofertas de destino y de accesibilidad a los distintos lugares. En otras palabras, el producto no es sólo un asiento en un avión o una habitación

en un hotel, o el descanso en una playa, sino la diversidad de componentes intangibles de un paquete tangible.

En efecto se concluye que el destino turístico Holguín necesita prever y estar preparado ante las oportunidades que surjan en el mundo turístico, por lo cual es necesaria una inversión financiera previa; así como la realización de una serie de acciones orientadas al conocimiento del mercado y su demanda, que les permita elaborar y comercializar sus productos.

1.1.1 Características de los productos turísticos

Los productos turísticos son en ocasiones muy heterogéneos debido a que están compuestos por varios elementos, los cuales pueden ser tangibles e intangibles. Es por esto que comparten con el resto de los servicios una serie de aspectos diferenciales en comparación con los bienes y productos físicos y tangibles (Serra Cantallops, 2003).

Por otra parte, presentan una serie de peculiaridades específicas entre las que se encuentran la estacionalidad y fuertes fluctuaciones de la demanda, la interrelación e interdependencia de los servicios turísticos y los elevados costes fijos en comparación con los variables.

Los productos turísticos poseen un conjunto de características muy peculiares que pueden resumirse en los puntos siguientes: (Serra Cantallops, 2003).

❖ Intangibilidad:

- Son intangibles en el punto de venta, a menudo no pueden probarse
- No se puede comprar la propiedad, ni su servicio, ni la de sus componentes, sino su uso o experimentación
- Hace que los consumidores no estén seguros de lo que compran (confianza)
- Hace que sea difícil comparar los productos turísticos

❖ Caducidad:

- Son perecederos: deben ser consumidos en un momento determinado
- No se pueden almacenar
- Estrategias para rentabilizar la ocupación: situaciones de *overbooking*

❖ Agregabilidad y sustituibilidad:

- Amalgama o combinación de productos y servicios
- Fácil de modificar y agregar algunos componentes para confeccionar un nuevo producto
- ❖ Heterogeneidad:
 - Variabilidad derivada de la influencia de un gran número de factores
 - Difícil de controlar para garantizar el mismo nivel de calidad
- ❖ Subjetividad, inmediatez, simultaneidad de producción y consumo.
- ❖ Interdependencia:
 - Dependen de las personas que lo prestan y del momento en el cual son brindados

1.1.2 Clasificación de los productos turísticos

Antes de analizar el producto turístico integrado, el autor considera conveniente comenzar clasificando los productos turísticos en tres grandes grupos: los viajes, las instalaciones y los territorios (Rodríguez Fariñas, 2006) y (Salinas y Medina, 2009).

El producto turístico “viajes”:

El turismo se materializa cuando un cliente potencial viaja. Desde ese punto de vista, la preparación del producto viaje para la venta es una acción fundamental que ocurre en los puntos de emisión (mercados o países emisores). Estos productos denominados “viajes” tienen, como presentación y entrega, al momento de la compra un determinado soporte donde se describen o detallan los futuros servicios a recibir.

En función del desarrollo del producto “viajes”, de acuerdo a la complejidad en su composición, puede clasificarse en cinco niveles: (Rodríguez Fariñas, 2006).

- Servicios simples
- Servicios agregados, (varios servicios simples)
- Excursión
- Servicio completo en el destino, (receptivo)
- Viaje Combinado, (servicio completo desde el lugar de emisión)

El servicio completo en el destino incluye:

- La recogida en el aeropuerto o punto de entrada.
- El traslado al lugar de alojamiento (en inglés: *transfer in*).
- Alojamiento y recibimiento. En ocasiones, brindis de bienvenida y explicación del programa turístico o itinerario durante la estancia).
- La ejecución de las actividades pactadas en el Itinerario o programa, que puede incluir el plan de alimentación, etc.
- El traslado del hotel al aeropuerto o punto de salida (*transfer out*) y la despedida.

La organización de servicios de varios tipos, en un viaje llamado corrientemente, viaje combinado o paquete (*package*), es lo que constituye el fundamento de la industria turística (Rodríguez Fariñas, 2006).

El producto turístico “instalaciones”:

Comprende establecimientos de alto valor patrimonial, estético y funcional con servicios de alta calidad y/o especialización que satisfacen necesidades materiales y espirituales como es el alojamiento, la alimentación, la recreación y las actividades de ocio. Para que estas instalaciones puedan convertirse en sí mismas en productos turísticos y, que a su vez puedan ser reconocidas por los clientes, deben tener un valor excepcional y diferente a la vez que estar posicionadas en el mercado. Este producto puede estar formado por una sola instalación con un servicio y distinción especial, como también pueden ser incorporados los complejos turísticos recreativos con variados y sofisticados servicios que abarcan varias instalaciones diferentes en una o diferentes con distintas localizaciones (Salinas y Medina, 2009).

En general, las instalaciones pueden desarrollarse como productos a lo largo del tiempo o crearse desde el inicio con una conformación compleja. Por ello, los niveles de desarrollo de las instalaciones se pueden clasificar como: (Rodríguez Fariñas, 2006).

- Servicio simple
- Servicios básicos (producto principal + productos auxiliares)
- Servicios agregados (producto principal + productos auxiliares + productos

de apoyo)

- Producto integrado
- Producto combinado o “*resort*”

Los productos turísticos “territoriales”:

Coincide con un espacio físico de determinados límites, extensión territorial variable y complejidad funcional diversa, en él se agrupan variados productos y ofertas, y comprende desde los más pequeños, que pueden conformar los denominados complejos turísticos, hasta una región o un destino turístico (Salinas y Medina, 2009). En general, al igual que las instalaciones, los territorios donde se efectúan actividades turísticas, pueden desarrollarse como productos a lo largo del tiempo o crearse en un breve lapso con una conformación compleja. Por ello, los niveles de desarrollo, siempre acorde a la complejidad de su composición, son clasificados generalmente como: (Rodríguez Fariñas, 2006).

- Complejo Turístico
- Polo Turístico o Zona
- Destino Específico
- Región Turística
- Destino País

1.2 El producto turístico integrado: actividades y modalidades

A fines de los años '80 e inicios de la década de los '90 se definió al producto turístico integrado como la combinación de atractivos, facilidades y accesos. Los atractivos se ven actualmente de otro modo, tomando en cuenta que se consideran incluso combinados con las facilidades y los accesos. Por ejemplo, un hotel situado en un edificio de gran valor patrimonial histórico o en el seno de una gruta puede constituir un atractivo y, al mismo tiempo, una facilidad como instalación. Los atractivos son clasificados generalmente como: (Rodríguez Fariñas, 2006).

- De sitio

- De evento
- De actividades
- De traslados

Se presenta entonces otra forma de ver al destino turístico, como una integración de elementos de diverso origen pero vinculados entre sí, tal y como puede apreciarse en la Figura 1.2.

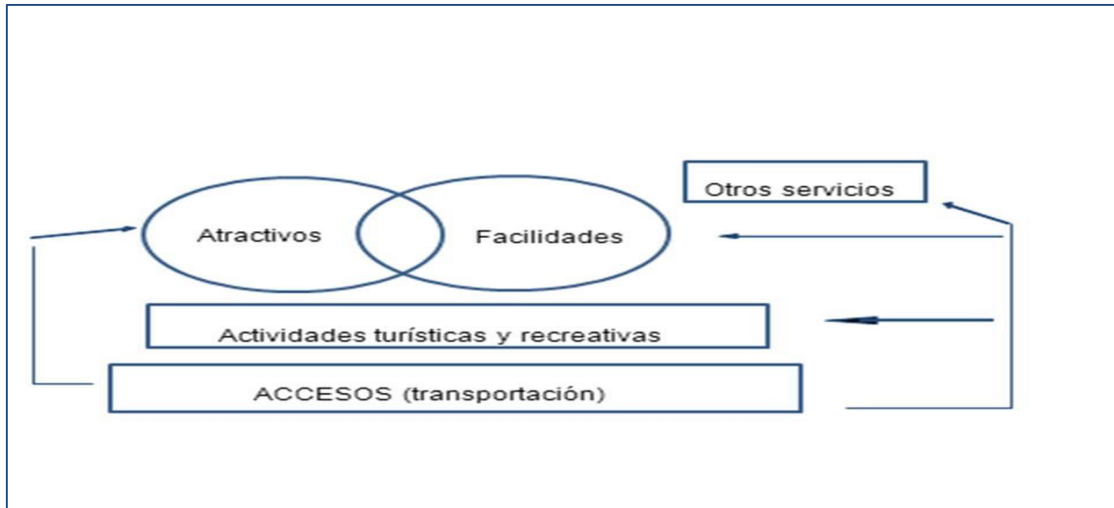


Figura 1.2: El destino como producto turístico integrado

Fuente: Rodríguez Fariñas (2006)

Los atractivos de sitio se denominan así por corresponder a lugares a visitar. Pueden ser de carácter natural (por ejemplo: paisajes, cuevas o humedales); socio-cultural (por ejemplo: museos, zonas arqueológicas, galerías de arte). En ellos pueden encontrarse instalaciones que sirvan de facilidades o de complemento para el disfrute del atractivo (un punto náutico que alquila enseres para el snorkeling o el buceo complementa el atractivo de una playa o sitio para estas actividades).

Los atractivos de evento corresponden a actividades desarrolladas sin una frecuencia inmediata. Se incluyen los eventos deportivos (donde el turista puede participar como espectador o como competidor); los festivales culturales (donde el visitante casi siempre es espectador) y las reuniones (congresos, convenciones), o de carácter variado (científicas, sociales, políticas).

Los atractivos de traslado existen en el presente, porque se ha logrado el doble efecto de transportación y disfrute:

- Visual (ascensores panorámicos, teleféricos, remontes o teleskys, ómnibus miradores, etc.)
- Emoción-Sensación: disfrute de medios de transporte originales del pasado, de reproducciones o de medios modernos pero inusuales en la vida cotidiana (Burro-taxi, camellos, coches, autos antiguos, Cocotaxi, etc.)

Los atractivos de actividades son realmente importantes en el turismo del siglo XXI porque, cada vez más, los turistas quieren disfrutar en la realización de actividades y, dentro de ellas, también existe la tendencia a realizar el ocio activo o participativo.

Lo más importante a considerar en relación con las actividades turísticas es que, a partir de ellas, se definen las modalidades turísticas que también comúnmente son denominados “productos turísticos”. Las principales modalidades que se desarrollan en el mundo actual son las siguientes: (Ver Figura 1.3).



Figura 1.3: Visión de la OMT de las principales modalidades turísticas para el año 2020
Fuente: Ayala Castro (2007)

El Turismo de Naturaleza posee una importante participación de acuerdo con las características del producto que se pretende diseñar, por lo tanto resulta necesario analizar teóricamente esta modalidad en cuestión.

1.2.1 Turismo de naturaleza

De manera amplia se puede definir como viaje turístico para disfrutar y apreciar la naturaleza.

Por su parte Ceballos Lascurain (1987) plantea que es un "Viaje a áreas naturales relativamente inalteradas con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna) de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural, mediante un proceso que promueve la conservación y propicia un beneficio a las poblaciones locales". Es de destacar en esta última definición el hecho de referirse a la conservación de áreas relativamente inalteradas, en cuanto por los efectos devastadores de múltiples fenómenos meteorológicos y de otra índole, pudieran no abundar. Mientras E. Boo (1994) plantea que el turismo de naturaleza promueve la conservación y los esfuerzos para un desarrollo sostenible.

El turismo de naturaleza es el que está en contacto con cualquier elemento de la naturaleza y se divide en: (Edroma, 1997).

- Turismo ecológico: Garantiza al usuario entrar en contacto con la naturaleza y adquirir conocimientos de ecología.
- Paisajístico: Se lleva al usuario a observar el paisaje.
- Rural: El usuario va hacia las áreas rurales, se hospeda en casas de campesinos.
- Agroturismo: El turista puede participar con el dueño de la tierra en actividades agrícolas varias.

La OMT lo define como: "Viaje responsable que conserva el entorno natural y sostiene el bienestar de la población local (Ayala Castro, 2007). Este oscila desde pequeños grupos de personas con un eco-interés especial en la naturaleza que puede incluir un estudio serio de un tema concreto, hasta grandes grupos de personas corrientes que en un lugar de vacaciones desean incorporar una excursión de hasta un día en una reserva natural o lugar semejante como parte de su entrenamiento o descanso.

La definición cubana de turismo de naturaleza que aparece en la Resolución Conjunta de 1999 Mintur-Citma-Minagri expresa: "Todas las modalidades del turismo en que la motivación del viaje o excursión o la selección del destino

esté determinada por el acercamiento y disfrute de la naturaleza" (Ayala Castro, 2007).

En esta definición es importante el componente motivacional presente en el turista, lo cual permite que varias modalidades del turismo como son el de aventuras, acuático y otros puedan contemplarse como turismo de naturaleza. El placer o la generación de emociones positivas derivadas del contacto con el medio natural es elemento distintivo en la definición.

En la actualidad se estima que las personas que demandan estas modalidades de vacaciones sobrepasan la cifra de 70 millones, concentrados fundamentalmente en América del Norte y Europa Occidental, sin embargo se considera que sólo el 10% de este volumen de turistas tomaron sus vacaciones en el exterior, en un país diferente al de su residencia habitual. Entre los principales países emisores viajeros de turismo de naturaleza en el mundo se encuentran Estados Unidos, Canadá, y varios de Europa como Reino Unido, Italia y España. Muchos especialistas coinciden en afirmar que los turistas tienden a practicar cada vez más modalidades asociadas a la naturaleza (Ayala Castro, 2007).

1.3 Procedimientos y metodologías para el diseño de nuevos productos turísticos

Con el propósito de lograr rentabilidad económica, social y ambiental, así como satisfacer la demanda actual y potencial del mercado se trabaja en el diseño de nuevos productos turísticos, este debe ser considerado como un trabajo artístico intangible de los planificadores del turismo. Se trata de diseñar cada uno de los componentes del producto turístico basándose en los beneficios que desea obtener el público objetivo.

En Cuba, se han realizado investigaciones que sirven de sustento teórico necesario para enseñar a dirigir el proceso de mejora o diseño de productos turísticos, en aras de lograr resultados óptimos.

Disímiles son las metodologías para el diseño de productos turísticos. Entre ellas se encuentran las desarrolladas por:

- Cruz (1990); Vázquez y Trespalacios (1994); Grande (1996) y Santesmases (1999). Definen como pasos generales: a) búsqueda y generación de ideas; b) su selección o cribado; c) desarrollo y test del concepto; d) desarrollo y test del producto; e) pretest y test de mercado; y f) lanzamiento al mercado y comercialización
- Booz, Allen, Hamilton, Meyer (2001). Usan entre ocho a dieciocho pasos o etapas para describir este proceso, dependiendo del grado de detalle en que se quiera desagregarlo. Sin embargo, se rescata como principales etapas: a) diseño del producto turístico, b) desarrollo del producto, c) estructuración del producto, d) promoción, y e) comercialización
- Martín (2003) La Metodología Inicial para el Lanzamiento de Nuevos Productos Turísticos, de la Universidad de la Habana
- Medina, et al. (2006) Productos Turísticos. Proceso de Desarrollo y Comercialización. La experiencia de Cuba
- Machado Chaviano y Hernández Aro (2008) Productos turísticos integrados en el destino Cuba. Propuesta de procedimiento
- Moreno (2008) Modelo para el desarrollo del concepto de productos turísticos culturales
- Funcia, et al (2009) Metodología para la mejora o diseño de productos turísticos y su comercialización (MEPROTUR) de la Escuela de Hotelería y Turismo (EHT) de Santiago de Cuba
- Gómez (2010) Procedimiento metodológico para el diseño de productos turísticos
- Koelig (2010) Diseño de un producto turístico de carácter patrimonial
- González Ferrer (2011) Desarrollo de Productos Turísticos, Maestría en Gestión Turística, Universidad de Holguín
- Suárez Castellano (2012) Procedimiento para el diseño del nuevo producto de excursión
- Ochoa (2012) Procedimiento para el diseño de productos turísticos
- González Sainz, Cardet Fernández y Palao Fuentes (2013). Procedimiento para el diseño de Productos Turísticos

- Machado Chaviano (2013) Integración y diseño del producto turístico. Aplicado a la región central del destino Cuba, de la Universidad Central “Marta Abreu” de las Villas.

A continuación se muestra una tabla que contiene un análisis de los procedimientos cubanos más referenciados:

Tabla 1.1: Relación de autores, metodologías o procedimientos para el diseño de productos turísticos

No	Fases/Pasos	Procedimientos							
		Martín	Machado y Hernández	Moreno	Koelig	Gómez	Funcia	Ochoa	González, Cardet y Palao
1	Diagnóstico		X	X	X	X	X	X	X
2	Concepto del producto	X	X	X	X	X	X	X	X
3	Estructuración del producto					X	X	X	X
4	Test de concepto	X		X		X		X	X
5	Promoción		X		X		X	X	X
6	Segmentación del mercado		X	X	X		X	X	X
7	Estrategia comercial	X	X	X	X	X	X	X	X
8	Precio	X	X	X	X	X	X	X	X
9	Factibilidad económica/ ambiental			X		X	X	X	X
10	Evaluación del producto		X		X		X	X	X

Fuente: Góngora, Y. V. (2014). Diseño del producto turístico Cafetería El Tennis en la Villa El Bosque. Departamento de Licenciatura en Turismo. Holguín. Universidad de Holguín.

Después de este análisis se puede observar que los procedimientos más completos son los de Funcia et al (2009), Ochoa (2012) y González, Cardet y Palao (2013). El resto de las metodologías consultadas presentan un insuficiente nivel de asequibilidad para la enseñanza-aprendizaje de la gestión del proceso de diseño de productos turísticos, no se precisan fases o etapas que viabilicen el proceso de diseño de productos, teniendo en cuenta el carácter holístico, sistémico y cíclico que debe poseer y no proponen la evaluación de las fases o etapas como vía de retroalimentación en la gestión del proceso (Viñals, A. J. A. 2013).

El autor de la presente investigación, quien hizo un análisis de la metodología de Funcia et al (2009) “Metodología para la mejora o diseño de productos turísticos y su comercialización” (MEPROTUR), la cual fue aprobada por el

Ministerio del Turismo (MINTUR) para el desarrollo de productos turísticos en la isla, plantea que en la misma se realiza un diagnóstico completo de la situación del entorno que permita determinar si existen oportunidades para el diseño de un nuevo producto y la influencia que ejercen los factores económicos, sociales, políticos, legales y ambientales que lo integran sobre la actividad turística y el diseño de nuevos productos.

Además se analiza la situación interna del destino turístico que lo debe gestionar y su pertinencia para el desarrollo del producto tomando en consideración los recursos y atractivos turísticos existentes en el territorio, elemento esencial que forma parte del producto turístico, y la utilización de herramientas que permitan determinar la atractividad de los mismos y sus posibilidades de explotación para la actividad turística. En la etapa de distribución-comunicación se consideran de forma integrada las diferentes herramientas de comunicación comercial, lo que conduce a una valoración adecuada de las mismas.

1.4 Funcia et al (2009): “Metodología para la mejora o diseño de productos turísticos y su comercialización” (MEPROTUR)

Mediante un análisis comparativo de las metodologías referidas anteriormente, el autor de la investigación decidió utilizar MEPROTUR para el diseño del producto turístico, por ser la aprobada por el Ministerio del Turismo (MINTUR) para el desarrollo de productos turísticos en la isla, posee los pasos principales referidos en el resto de las metodologías, es sencilla y asequible, permitiendo desarrollar el diseño del producto de forma correcta.

MEPROTUR comprende cinco etapas estructuradas en forma de sistema entre sí y una sexta etapa de evaluación, se desarrollará en la presente investigación (ver esquema general de la metodología en Anexo 1). Las etapas previstas en la metodología se describen a continuación:

1. Determinar oportunidades, el ¿por qué? de la mejora o diseño de productos turísticos

En esta etapa se realiza un análisis de las demandas del mercado, realizando una segmentación del mismo para enfocar el proceso de diseño al público

objetivo. Otros de los aspectos es la oferta de productos existentes, a través de un pequeño análisis de la cartera de productos de la instalación, análisis de la situación de los competidores y por último determinar las oportunidades existentes.

2. Estructurar el producto, el ¿qué ofrecer? y el ¿para qué? en la mejora o diseño de productos turísticos

En esta etapa se evalúan las potencialidades del territorio para el diseño del producto, los atractivos y actividades a realizar. Se generan las ideas de productos a través de una tormenta de ideas, con la participación de un grupo de especialistas, luego de definido el objetivo del producto y se determina el nombre del producto. Se define el mix de servicios. (El equipamiento e infraestructuras necesarias para la estructuración del producto no son adaptables al producto integrado propuesto debido a que la metodología MEPROTUR se encuentra orientada al diseño de productos turísticos territoriales, aunque eficazmente aplicable para todo tipo de productos, por lo cual se decidió prescindir de ellos).

3. Proceso de prestación, ¿cómo hacer? la mejora o diseño de productos turísticos

Para el correcto desarrollo del proceso de prestación del producto turístico la metodología propone que se definan las vías de acceso y los medios de transporte, los servicios de restauración y alojamiento.

4. Precio y análisis medioambiental, ¿cuánto vale? el producto mejorado o el nuevo producto

En esta etapa se realizan los cálculos económicos y se define el precio del producto. La viabilidad medio ambiental es otro de los aspectos que se tienen en cuenta en la metodología dentro del establecimiento del precio; sin embargo, el autor considera que este acápite debe considerarse como otra etapa independiente, dado que no existe una relación directa con el factor precio, que pudiese justificar su inclusión en este paso.

5. Distribución-comunicación, ¿dónde distribuir? el producto turístico obtenido y ¿cómo darlo a conocer?

En esta etapa se trazan las estrategias de distribución y comunicación que se

deben realizar en las AA.VV, a través de los TT.OO e Internet, definiendo las acciones promocionales y el mix comunicacional del producto, estableciendo el posicionamiento del mismo.

6. Evaluación: en esta etapa, la última del proceso, se exponen los resultados del control parcial por etapas y, a partir de éste se realiza el control final del producto a través del criterio de especialistas.

MEPROTUR 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. (Ver esquema de la estructura de MEPROTUR en el Anexo 1)

Conclusiones parciales

1. La revisión de la bibliografía demostró que existen numerosos conceptos relativos a productos turísticos, escogiéndose el de González Ferrer (2007) para el desarrollo de la presente investigación.

2. El producto que se propone diseñar cataloga como un producto turístico viajes, debido a que se logra la integración de los atractivos y facilidades del destino Holguín.

3. Fue analizada la modalidad Turismo de Naturaleza por su importante incidencia en el producto propuesto a diseñar, sin embargo se debe tener en cuenta que el producto también se proyecta en multi-modalidades.

4. Para desarrollar la investigación se utilizará la metodología de Funcia et al (2009), ya que es una de las más completas, tiene una estructura sencilla, además fue aprobada por el Ministerio del Turismo (MINTUR) para el desarrollo de productos turísticos en la Isla.

CAPÍTULO II: DISEÑO DEL PRODUCTO TURÍSTICO “LA TIERRA MÁS HERMOSA...”

En el presente capítulo se desarrollará el diseño un producto turístico de tipo “viajes”, aplicando la metodología MEPROTUR, descrita en el Capítulo I, y serán completadas las seis etapas que la componen.

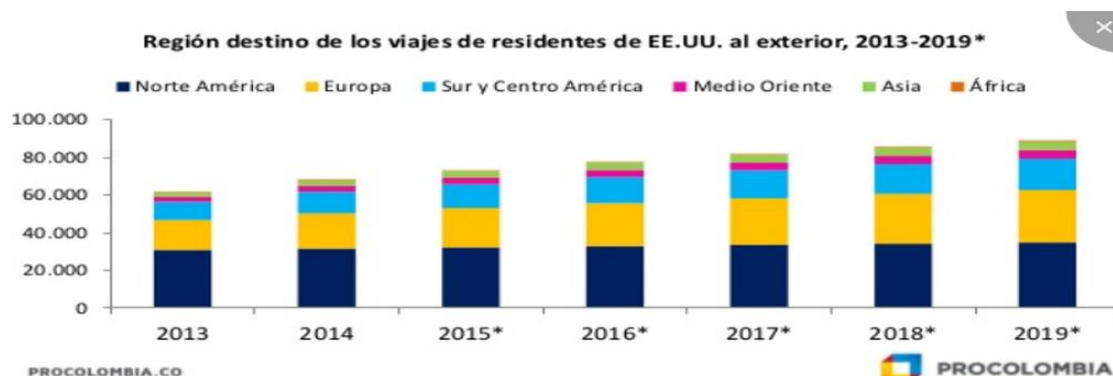
2.1 Determinación de las oportunidades

Para determinar las oportunidades del nuevo producto se realizará un análisis de las demandas del mercado objetivo, de la oferta de productos de naturaleza del destino Holguín, de los competidores en el territorio y por último se determinarán las oportunidades que posee el destino para ejecución del producto turístico.

2.1.1 Demanda del mercado

Demanda del mercado estadounidense:

Estados Unidos es uno de los países con el mayor número de emisión de viajeros al exterior, en 2014 salieron 68,5 millones de viajeros. Se estima un crecimiento anual ponderado de 5,4% para el 2019, alcanzando 88.95 millones de viajeros (ver figura 2.1), superando de esa manera la media mundial de emisión de turismo que se sitúa en alrededor del 4,4% (OMT, 2015).



te: Canadian Travel and Tourism, cálculos PROCOLOMBIA

Figura 2.1: Región destino de los viajes de residentes de EE.UU al exterior, 2013-2019

Fuente: PROCOLOMBIA (2014)

Interés por el Caribe como destino turístico:

En cuanto a la movilidad de los flujos turísticos de los clientes estadounidenses se observa una marcada preferencia por los destinos cercanos destacándose México, Canadá y las islas del Caribe. Para el área del Caribe, los Estados Unidos de Norteamérica constituyen su principal emisor de turismo con alrededor del 50% de los arribos (Bermúdez, 2015). Además, las mayores emisiones se producen en los meses de junio a julio y de noviembre a diciembre, aunque en los últimos años se han acentuado los arribos en el mes de marzo debido a los feriados por semana santa. En cambio en los meses de Septiembre y Octubre se aprecia un período bajo muy marcado, coincidiendo con los meses de mayor actividad ciclónica en la región (Bueno, 2016).

Interés por Cuba como destino turístico:

El 20 de julio del 2015 quedaron oficialmente restablecidas las relaciones diplomáticas entre Estados Unidos y Cuba, con el objetivo de desarrollarlas sobre la base del respeto, la cooperación y la observancia de los principios del Derecho Internacional (Periódico Granma, 9 de marzo 2016).

Actualmente los estadounidenses pueden visitar Cuba bajo 12 categorías permitidas por el gobierno de ese país. Dichas categorías son: visitas familiares; actividades oficiales del gobierno de Estados Unidos, gobiernos extranjeros y determinadas organizaciones intergubernamentales; actividades periodísticas; investigación profesional y reuniones profesionales; actividades educativas; actividades religiosas; espectáculos públicos, clínicas, talleres, torneos deportivos y demás competiciones y exhibiciones; actividades de apoyo al pueblo cubano; proyectos humanitarios; actividades de fundaciones privadas o de instituciones educativas o de investigación; exportación, importación o transmisión de información o materiales informativos; y determinadas transacciones de exportación (Cubahora, 2015).

El Departamento de Transporte de los Estados Unidos anunció que las aerolíneas American Airlines, Frontier Airlines, JetBlue Airways, Silver Airways, Southwest Airlines y Sun Country Airlines podrán realizar las gestiones necesarias con las autoridades cubanas para comenzar a operar las rutas aéreas (ver Tabla 1, Anexo 2).

Los itinerarios comunican a Miami, Fort Lauderdale, Chicago, Filadelfia y Minneapolis/St.Paul con Camagüey, Cayo Coco, Cayo Largo, Cienfuegos, Holguín, Manzanillo, Matanzas, Santa Clara y Santiago de Cuba. America Airlines es la empresa que opera más vuelos semanales a los nueve destinos cubanos (56), seguida de Silver (39), JetBlue y Southwest (ambas con 21), Frontier (16) y Sun (2), (Telemundo 51, 2016).

Durante el primer trimestre del año 2016, los estadounidenses fueron el cuarto grupo más numeroso en visitar la isla, solo superados por canadienses, cubanos radicados en otros países y alemanes, reportó el sitio digital de turismo *Caribbean News*. Según la fuente, entre enero y marzo un total de 71.815 estadounidenses llegaron a Cuba, lo cual representa un 75 por ciento más de igual periodo en 2015, de acuerdo con la Oficina Nacional de Estadísticas (ONE). En cierre, solo entre enero y marzo del 2016, visitaron a Cuba 1 290 867 personas lo que representa 13,5 por ciento más que similar período del 2015; de ellos 527 mil.757 fueron canadienses (cuatro por ciento menos); 85.538 cubanos radicados en el exterior (3,3 por ciento más), 74.146 alemanes (40 por ciento más) y 71.815 estadounidenses (75 por ciento más). El resto corresponde entre otros países a: Italia, Francia, Gran Bretaña, España, México, Argentina, Venezuela y Rusia. (Agencia EFE y Redacción NN, 2016).

A continuación la siguiente tabla resume el comportamiento de las visitas estadounidenses a Cuba, reflejando una tendencia al crecimiento como muestran los datos de la ONEI (2016) y Perelló (2015).

Tabla 2.1: Visitantes estadounidenses en Cuba

Año	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016*
Turistas	52.455	63.046	73.566	98.050	92.348	91.254	161.233	284.937
Crecimiento	-----	20%	16%	33%	- 6%	-2%	76%	74%

Fuente: ONEI, (2016) y *Periódico Trabajadores, (2017)

Según estudios realizados por *Cuban Research Institute* (CRI) de la Universidad Internacional de la Florida (FIU), una vez que se reinicien las relaciones diplomáticas y se levanten las restricciones de viaje, un millón de

norteamericanos visitarían Cuba. La encuesta realizada en el ámbito nacional por *Visit Florida* mostró que el 51% de los norteamericanos tienen interés en tomar unas vacaciones en Cuba cuando se restablezcan las relaciones diplomáticas y se levanten las prohibiciones de viajes (Perelló, 2015).

El mayor interés de pasar unas vacaciones en Cuba se centra en los norteamericanos de ingresos altos (48.2%) y jóvenes (57.5% para edades 18-24 años). Las encuestas realizadas por *Visit Florida* entre los hispano-americanos mostraron un fuerte interés de éste segmento del mercado que se lanzaría a explorar la isla en los primeros momentos en que se levanten las restricciones (Perelló, 2015).

Preferencias del turismo estadounidense:

Según el informe de OTTI en el 2014, las actividades de preferencia de los estadounidenses en los lugares que visita son: Visitas a lugares de interés (82%); Compras (77%); Visitas a pueblos y áreas rurales (46%); Gastronomía (41%); Lugares históricos (42%); Excursiones con guía (39%); Patrimonio cultural y étnico (31%); Actividades nocturnas y baile (24%); Deportes acuáticos (23%); Conciertos/Teatro/Música (14%); entre las principales actividades, (Ver Figura 2.2). El promedio de gastos fuera de Estados Unidos (pasaje de avión y alojamiento no incluido) es de U\$ 1.575 por visitante (U\$ 86 por día), (Riquenes, 2016).

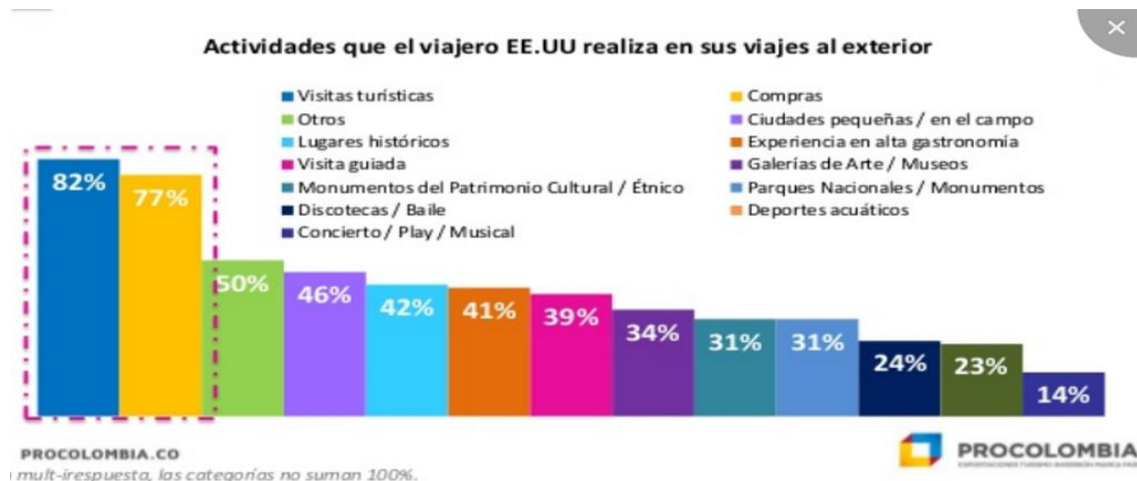


Figura 2.2: Actividades que el viajero estadounidense realiza en sus viajes al exterior
Fuente: PROCOLOMBIA, (2014)

En lo referente al alojamiento en el destino que visita, un 62% prefiere los hoteles para una estancia media de 9,8 noches (pernoctaciones), mientras que

el 43% elige las casas privadas para estancia media de 21,2 noches. En cuanto a la composición de los viajes; un 66% viaja solo, el 21% con el cónyuge y el 4% viajan con amigos (Riquenes, 2016).

La experiencia vivida la socializan a través de las principales redes sociales. Dentro de las actividades que realizan se encuentra visita a sitios históricos, excursiones, paseos naturales, cruceros, trekking, deportes, golf, tours exóticos, entre otras (Riquenes, 2016). Cabe destacar que en una encuesta realizada por Pérez y Fernández (2016) se llegó a la conclusión que los motivos que impulsaron a este mercado a visitar Holguín fueron la localización geográfica, la historia, la novedad del destino y la posibilidad de intercambiar con residentes locales.

Turoperadores especializados:

Por otra parte existen turoperadores estadounidenses especializados en la modalidad de Naturaleza y que representan clara oportunidad para la oferta del producto en el mercado meta, detalles de los mismos serán expuestos en la Figura 2.3.

TT.OO	País	Website	Especialización
	EE.UU.	http://www.abercrombiekent.com/	Uno de los mejores touroperadores del mundo centrado en viajes de lujo entre los que incluye una amplia oferta de aventura
	EE.UU.	http://www.adventuresbydisney.com/	Ofrece tours por todo el mundo, centrados en la aventura, para familias
	EE.UU.	http://www.trekamerica.com/	Amplia oferta de excursiones de aventura por todo Norteamérica
	EE.UU.	http://travel.padi.com/default.aspx	Mayor touroperador especializado en buceo que cursos y programas en destinos por todo el mundo
	EE.UU.	http://www.sitatours.com/	Touroperador especializado en viajes exóticos alrededor del mundo con oferta de viajes de aventura
	EE.UU.	http://www.adventurecenter.com/	Amplia y dilatada experiencia en la oferta de vacaciones de aventura
	EE.UU.	http://www.ietravel.com/	Touroperador de viajes de aventura pionero en el ecoturismo
	EE.UU.	http://www.adventuresincorporated.com/	Turismo de aventura con una importante interacción con las comunidades locales de los destinos visitados
	EE.UU.	http://www.caradonna.com/	Ofrece viajes centrados en la aventura y el buceo en destinos por todo el mundo
	EE.UU.	http://www.rowadventures.com/	Touresperador especializado en vacaciones de aventura enfocadas en actividades en el agua o en tierra firme en destinos por todo el mundo

Figura 2.3: Principales turoperadores de Turismo de Naturaleza en EE.UU

Fuente: Bassotti, (2012)

Concluyendo con el análisis de la demanda, se le otorga respuesta a las siguientes preguntas: ¿Existen argumentos para afirmar que habrá demanda por parte del mercado estadounidense para visitar a Cuba? ¿Los futuros visitantes estadounidenses estarán motivados a practicar turismo de naturaleza?

La respuesta es sí, sobresale un marcado interés por parte del pueblo estadounidense por conocer una tierra que ha estado tan cerca, pero que al mismo tiempo se les ha sido prohibida, por otra parte aunque el turismo de naturaleza exclusivamente no encabeza las principales preferencias del turista objetivo, es válido destacar que el mercado estadounidense es uno de los más amplios y de preferencias más variadas a nivel mundial, que le gusta todo lo que sea atractivo y de calidad, y la práctica de multi-modalidades turísticas.

Es pensando en ese tipo de clientes, para el cual se plantea el presente producto turístico, donde sin dudas la práctica de turismo de naturaleza marca el peso fundamental y al mismo tiempo se fusiona con pinceladas de otras modalidades (culturales, náuticas, compras, sol y playa), entre otras que en su conjunto serán orquestadas para lograr el objetivo de todo sistema turístico: un cliente satisfecho con el producto que eligió comprar.

2.1.2 Oferta de productos de naturaleza del destino Holguín

Las ofertas turísticas del destino en cuanto a excursiones y circuitos se refieren, son comercializadas por las agencias de viajes nacionales, en su gran mayoría como opcionales destinadas a satisfacer las necesidades de los clientes que buscan hacer estancia en el país. Según un análisis de las ofertas presentadas por las agencias: Habanatur, Viajes Cubanacán, Cubatur y Gaviotatur se obtiene que sus actividades se concentran particularmente en recorridos en pueblos y ciudades, visita a atractivos histórico-culturales y actividades náuticas y en menor medida los atractivos de naturaleza. Entre las principales ofertas se encuentran:

- Cuban Inside
- City and Cigars
- Santiago Caliente

- Holguín-Gibara Plus
- Nado con Delfines en el Acuario
- Salto del Guayabo

Ecotur como agencia de viajes tiene relaciones contractuales, con transportistas, hoteleras, restaurantes, museos, etc. que le dan la posibilidad de montar sus productos y hacer: Programas, circuitos, eventos, incentivos y excursiones (jeep safaris).

Entre sus opcionales principales se encuentran:

- Country sea tour
- The Grand Safari
- Holguín's Green Path
- Green and Blue
- Challenge 4x4

Al realizar un análisis de la cartera de productos perteneciente a Ecotur, se obtiene que existe una aceptable variedad de opcionales de un día de duración, sin embargo solo posee tres opciones de circuitos y ninguno de ellos posee características similares en comparación con la idea del producto que se propone a diseñar en el siguiente informe, (ver catálogo de opcionales de Ecotur en Tabla 2, Anexo 3).

El potencial turístico para actividades relacionadas con la naturaleza se ubica en ecosistemas costeros, en las alturas de Maniabón y las montañas del Este.

Los atributos típicos del potencial para el turismo de naturaleza son: (MINTUR, 2012)

- La región de Holguín esta entre los territorios del país de mayor diversidad biológica y paisajística
- Unicidad de paisaje y de sus playas
- Existencia de áreas protegidas y silvestres de relevancia mundial como el Parque Nacional Alejandro de Humbolt
- Holguín está en el eje del corredor aves migratorias del Caribe
- Presencia de atractivos espeleológicos como las cavernas inundadas de Tanques Azules en Caletones-Gibara
- Belleza y naturalidad de los fondos marinos

- Lugar de valores culturales a escala local, asociados a sitios naturales y rurales

Las principales opciones que conforman el sistema de ofertas de esta actividad con potencial en el territorio son: (MINTUR, 2012)

- Paseos náuticos por sitios donde predominan los escenarios naturales.
- Buceo contemplativo por senderos subacuáticos.
- Pesca ecológica
- Observación de aves
- Observación de flora y fauna a través de senderos adecuadamente diseñados
- Recorridos de baja complejidad por zonas montañosas
- Espeleoturismo
- Actividades deportivas en espacios naturales
- Opciones que propician un contacto con tradiciones típicas de valor histórico y cultural en sitios rurales

Con los argumentos expuestos anteriormente, se llega a la conclusión de que los atractivos de Naturaleza pueden generar tanto interés como los demás, sin embargo, en la actualidad la modalidad “Naturaleza” se encuentra a la sombra de la de “Sol y Playa”, reflejándose en la pobreza de existencia de paquetes de naturaleza y la alta dependencia a recurrir a las excursiones que se ofertan como opcionales justamente para los que han comprado “Sol y Playa”, lo cual representa una problemática similar y generalizada en todo el país. Entonces se es necesario un cambio de visión y generar propuestas y acciones encaminadas a otorgar el lugar que el turismo de naturaleza puede llegar a alcanzar para el desarrollo turístico cubano, argumento más para seguir adelante con el objetivo del presente informe de investigación.

2.1.3 Análisis de la competencia

Es necesario analizar la competencia en dos niveles, para conocer y comparar de manera coherente con la realidad, el posicionamiento del destino. Primero, Cuba con los restantes destinos del área (analizando datos importantes acerca de los viajeros que actualmente van a otros destinos). Luego serán

consideradas las características de otros destinos internos tradicionales en la comercialización de la modalidad objeto de estudio. Según el ranking de los países de América Latina que más turistas recibieron en el 2014 se obtuvieron los siguientes datos: (ver Tabla 2.2).

Tabla 2.2: Ranking de países de América Latina en cuanto a recibo de turistas.

Nº	País	Turistas (millones)	Crecimiento (%)
1	México	29	20,5%
2	Argentina	5,9	13,1%
3	Brasil	5,8	—
4	República Dominicana	5,1	9,6%
5	Chile	3,6	2,7%
6	Puerto Rico	3,2	1,4%
7	Perú	3,2	1,6%
8	Cuba	2,9	5,0
9	Uruguay	2,6	-0.1
10	Colombia	2,5	12,1
11	Costa Rica	2,5	4,1

Fuente: UNWTO Tourism Highlights (2015)

Al considerar el desempeño de las diferentes regiones de América Latina, se puede destacar que las llegadas al Caribe crecieron un 6% (destacando el crecimiento de República Dominicana de casi el 10%, Cuba con un 5% y Jamaica con el 4%). América Central creció también un 6%, destacando por crecimiento Guatemala y Belice (ambos con un 9%) Nicaragua (8%), y Panamá y El Salvador (ambos con un 4%). América del sur creció un 5% en 2014, destacando el crecimiento de Argentina (13%), Ecuador (14%), Colombia (12%), Paraguay (6%) y Chile (3%).

En América Latina y el Caribe, el turismo está en alza, y la OMT proyecta, además, que seguirá creciendo entre el 4% y 5%. El número de turistas extranjeros que llegó a la región aumentó a más de 96,6 millones en el año 2015, que, según esa organización, es la mayor cifra registrada en la última década, lo que sería el resultado de una mayor llegada de estadounidenses, que encuentran esta zona más barata y conveniente debido a un alza en el valor del dólar (García, 2015). De acuerdo con una encuesta aplicada, para los turistas de naturaleza de los Estados Unidos, México es el primer destino

mundial y dentro de América Latina destacan Costa Rica y Ecuador. (infobae.com, 2016)

Los destinos mencionados anteriormente se han ganado un posicionamiento sólido en la preferencia y planificación de viajes para la práctica de la modalidad en estudio. A continuación se muestran algunos ejemplos:

México:

Rico mosaico en paisajes, cuenta con una amplia gama de áreas naturales que van desde exuberantes selvas del sureste hasta los áridos desiertos el norte, incluyendo las zonas lacustres y templadas y, desde luego, los extensos litorales del Golfo de México, el Océano Pacífico y el Mar Caribe. Actualmente, es país cuenta con 154 Áreas Naturales Protegidas de carácter federal, que suman una superficie alrededor de 19 millones de hectáreas, representando una gran diversidad biológica y por ende un potencial para el desarrollo del turismo de naturaleza. Esta riqueza natural lo coloca entre los 12 países del orbe como megabiodiversos, lo que también permite reflejarse en las manifestaciones pluriculturales que coadyuvan con la naturaleza, tal es el caso de las comunidades rurales y en especial las indígenas, pues la mayoría de los grupos étnicos mexicanos, están establecidos en áreas naturales de alto valor biológico, permitiendo contar con valores turísticos prioritarios para impulsar el Turismo de Naturaleza.

Ecuador:

Este país posee cuatro zonas naturales de grandes contrastes y amplia variedad de especies de la flora y la fauna, muchas de ellas endémicas. Un lugar muy especial son las Islas Galápagos, que acogen cada año a unos 200 000 turistas. El Parque Nacional Cotopaxi, en el entorno del volcán homónimo, es un área protegida en el límite de las provincias de Pichincha, Cotopaxi y Napo. Tres horas al sur de Quito, en Tungurahua, en las faldas del volcán del mismo nombre, se encuentra Baños de Agua Santa, de clima caliente y húmedo, a una altura de 1 800 m sobre el nivel del mar.

Otros sitios de especial atractivo son las cascadas Inés María, Agoyán, El Manto de la Novia, Pailón del Diablo, San Jorge, San Pedro, Encañonado del

Duende, Manto del Ángel y El Mayordomo. Además, está el Parque Nacional Yasuní, que ocupa 9 820 km², en las provincias de Pastaza y Orellana, en plena cuenca amazónica, forma parte del territorio del pueblo huaorani. A unos 250 km al sureste de Quito, fue designado Reserva de la Biosfera por la Unesco en 1989 y se le considera la zona más biodiversa del planeta por su riqueza en anfibios, aves, mamíferos y plantas.

Costa Rica:

Con tan solo el 0.03% de la superficie terrestre mundial, posee aproximadamente el 6% de la biodiversidad del planeta. Es el país con mayor biodiversidad del planeta por kilómetro cuadrado de territorio. Costa Rica da cobijo a: 232 especies de mamíferos, 838 especies de aves, 183 especies de anfibios, 258 especies de reptiles y 130 especies de peces de agua dulce.

Esa nación cuenta con tres Patrimonios de la Humanidad declarados por la UNESCO siendo los tres, bienes naturales. A saber estos son:

- Reservas de la Cordillera de Talamanca–La Amistad/Parque Internacional de la Amistad (declarada en el año 1983)
- Parque Nacional Isla del Coco (declarada en el año 1997) y,
- Área de Conservación Guanacaste (declarada en el año 1999).

Costa Rica fue uno de los pioneros en ecoturismo y es reconocido como uno de los pocos destinos internacionales con verdaderas opciones de turismo ecológico. En la clasificación del Índice de Competitividad en Viajes y Turismo de 2011, ese país centroamericano alcanzó el lugar 44, siendo el segundo clasificado entre países de América Latina después de México.

En 2012 el país alcanzó el récord de visitantes con 2,34 millones de turistas, que fue superada en el 2015, de los cuales 864.340 provinieron de los Estados Unidos. Con alrededor de 500 visitantes por cada mil habitantes, Costa Rica tienen uno de los índices más altos de turistas per cápita de la Cuenca del Caribe.

La mayoría de los visitantes extranjeros proviene de los Estados Unidos (39%) y Canadá (7%), y de países de la Unión Europea (16%), lo que le permite recibir en media aproximadamente US\$1000 por visitante, valor por visita entre los más altos de América Latina.

Análisis de la competencia interna:

Por otra parte, Cuba es un caudal de atractivos de naturaleza, lo que genera una fuerte competencia la presencia de otros destinos nacionales para la provincia de Holguín que pueden influir en gran medida en la decisión de los clientes. A continuación se lista una breve caracterización de los mismos:

Viñales:

Por su majestuosidad y belleza natural resalta el Valle de Viñales con sus peculiares formaciones de mogotes, elevaciones de paredes verticales y cimas redondeadas que en ocasiones superan los 400 metros de altura. Localizado en la provincia de Pinar del Río y declarado Monumento Nacional y Paisaje Cultural de la Humanidad por la UNESCO, Viñales destaca también por la exclusividad de su flora y fauna, y la existencia de varios sistemas cavernarios que clasifican entre los más bellos y grandes de Latinoamérica.

Ciénaga de Zapata:

En el centro sur se localiza el Sitio Ramsar y el mayor humedal del Caribe insular, la Ciénaga de Zapata, que acoge a más de mil especies de la flora y un criadero de cocodrilos que ostenta ya renombre internacional. Además, es ideal para la práctica del espeleobuceo.

Macizo montañoso Guamuhaya:

Hacia el centro del país también está El Nicho, ubicado a 46 km de la ciudad de Cienfuegos. Es uno de los lugares más interesantes del macizo montañoso Guamuhaya por el sistema de cascadas y saltos de agua que brotan de los ríos y manantiales de la zona. Topes de Collantes, Paisaje Natural Protegido, también forma parte del macizo montañoso Guamuhaya y sus paisajes contrastantes de valles y montañas atraen a muchos visitantes en busca de aventuras en el medio natural. Los ríos forman profundos valles y sus desniveles provocan impresionantes saltos de agua como El Caburní, Vega Grande y El Rocío.

Sierra Maestra:

En el oriente sobresale el sistema montañoso Sierra Maestra, el escenario natural más majestuoso del país y donde se encuentran varios parques naturales como el del Pico Turquino, Desembarco del Granma, Santo

Domingo-La Sierrita y Marea del Portillo, que la hacen especialmente adecuada para el turismo de naturaleza.

Por lo tanto se considera que:

1. Existen varios destinos turísticos en el área de Latinoamérica y el Caribe consolidados en cuanto al desarrollo del turismo de naturaleza además de ser un área muy estable para los viajeros estadounidenses.
2. Cuba posee suficientes riqueza natural para generar interés por parte del mercado estadounidense y lograr atraer visitantes que actualmente se dirigen a otros destinos, además representa un destino de moda en el contexto internacional.
3. Es importante señalar que Cuba como potencial destino turístico de naturaleza tiene que resolver asuntos pendientes en cuanto a la comercialización y promoción de este tipo de productos, debido a que la modalidad de Sol y Playa absorbe prácticamente todo el quehacer turístico del país además del imaginario del destino en la mente de los clientes.

2.1.4 Oportunidades para el desarrollo del nuevo producto turístico

Luego de realizar el análisis de las demandas del mercado objetivo, la oferta de productos de naturaleza del destino y la competencia en el territorio, se procede a determinar las oportunidades existentes para el diseño y desarrollo del nuevo producto turístico.

Oportunidades del Destino Holguín, para la realización del Turismo de Naturaleza:

- Futura incorporación del mercado estadounidense al turismo cubano
- Apertura de negociación con turoperadores y líneas aéreas estadounidenses para la operación con Cuba
- Gran protagonismo de Internet para los estadounidenses en la organización de sus viajes
- Se produce un aumento creciente de la llegada de turistas al país, favorecido por un ambiente de seguridad social, de seguridad al visitante y destino que se encuentra de moda en el contexto internacional

- Crece la tendencia mundial a la conciencia ambiental y por el conocimiento de la naturaleza y las tradiciones locales

Luego de realizar el análisis de impacto de los factores en el proceso de “Determinación de las oportunidades”, se pudo constatar que las condiciones del entorno son pertinentes para el desarrollo del producto turístico. Estos resultados confirman que es oportuno dar continuación al proceso de diseño del producto turístico.

2.2 Estructuración del producto turístico

A partir de la alta demanda del mercado estadounidense por consumir todo tipo de productos, en los cuales se combinen atractivos variados, donde el Turismo de Naturaleza juegue un papel importante, son abiertos los intereses de la dirección de la entidad de Ecotur de incrementar la oferta de productos aprovechando las potencialidades de los recursos naturales de la provincia Holguín. Por lo que en la presente investigación se diseña un producto turístico atractivo y asequible al mercado estadounidense. Para ello se determinan las potencialidades existentes, luego se define el objetivo, la idea del producto, el nombre, así como los atractivos afines a la temática, las actividades a desarrollar y el mix de los servicios.

2.2.1 Potencialidades existentes en la provincia Holguín para el diseño de un producto turístico

Holguín es un destino turístico integral ya que cuenta, además del sol y la playa, con atractivos de calidad de diversa índole como son la naturaleza, historia, cultura y ciudad.

La accesibilidad al destino se resume en los aspectos siguientes: (MINTUR, 2012)

- Facilidades de acceso aéreo: Aeropuerto Internacional de Holguín Frank País, con capacidad en la terminal internacional para 600 pasajeros. Desde Ciudad Habana los vuelos tienen una duración de 1 hora 20 minutos. Del sur de la Florida los vuelos tienen una duración aproximada de 1 hora 10 minutos. Además, son utilizados los helipuertos ubicados en Estero Ciego,

Cayo Saetía y terminal aérea nacional, fundamentalmente para las opciones turísticas

- Acceso por carretera: desde Ciudad Habana hay una distancia de 743 km y desde Santiago de Cuba 200 km. Existen carreteras que permiten el vínculo desde el aeropuerto internacional Frank País con los polos en funcionamiento y que unen la ciudad de Holguín con las zonas destinadas al turismo. Además es posible acceder al destino por la Carretera Central procedente de Las Tunas o Bayamo y por la Carretera de Mayarí para el acceso desde y hacia Santiago de Cuba. Además, se utilizan las vías Holguín–Velasco y Holguín–Moa para el enlace con otros polos turísticos de la región oriental
- Acceso por mar: a través de Marina Puerto de Vita, con 38 atraques. Asimismo el acceso marítimo se sirve de los puntos náuticos de Bahía de Naranjo, Playa Estero Ciego, Guardalavaca, Cayo Saetía y el Puerto de Antilla

Según el sitio web *Date and Time* (2016) Holguín se ubica a 674 Km/419 millas de Miami y a 1006 Km/625 millas de Tampa.

De acuerdo con el MINTUR (2012) los atractivos turísticos de este territorio lo constituyen las playas, las bahías, las zonas apropiadas para el buceo, los paisajes naturales y los valores de la historia y la cultura local con hechos de relevancia mundial. Espacios naturales reconocidos como el Parque Natural Alejandro de Humboldt en el cual se encuentra la Reserva de la biosfera Cuchillas del Toa la cual es un área protegida de alto valor florístico y faunístico, por su endemismo y grado de conservación por lo que fue declarada por la UNESCO como Patrimonio de la Humanidad, el Parque Natural Bahía de Naranjo que se extiende a lo largo de 32 Km de costa y abarca 1000 hectáreas. En su interior se localizan tres cayuelos y un acuario donde se ofrecen espectáculos con delfines y lobos marinos. La fauna está representada por más de 80 especies, destacándose las aves con 30 y los reptiles con 10.

El Parque Cristóbal Colón incluye más de 5 500 hectáreas de bosques naturales y un mosaico de especies nativas, tanto de flora y fauna, Pinares de Mayarí, el Bioparque Rocazul, la caverna inundada de Tanques Azules en

Caletones-Gibara que tiene además la peculiaridad de encontrarse dentro de la ruta más importante de aves migratorias de la región y Cayo Saetía, rincón de animales protegidos, bosque alegre y playas únicas donde el 65% está cubierto de bosques naturales, donde habitan en completa libertad 19 especies de animales exóticos.

Además el destino cuenta con la opción única de bucear en caverna inundada del Tanque Azul de Caletones-Gibara para desarrollar esta actividad la cual siempre es guiada por un instructor (Palao, 2009).

Sin embargo, en el destino la equitación como deporte no se realiza, solo se oferta a los visitantes como forma de ocio en algunas instalaciones, por ejemplo: en el Bioparque Rocazul.

Según Polanco (2014) para el desarrollo de actividades de senderismo y cicloturismo, la observación de aves, caminatas y recorridos, turismo científico y natural, el territorio cuenta con La Sabina, Pinares de Mayarí, el Salto del Guayabo (estos dos últimos incluidos en la excursión *The Grand Safari* y el Salto del Guayabo) y el Enigma de la cueva de Farallones; los Parques Nacionales Pico Cristal y Mensura-Piloto; cuenta con otros recursos como la Reserva Ecológica Caletones-Gibara, el Parque Alejandro de Humboldt, Puente Bitirí, Cerros Cársicos Maniabón, Ceja de Melones, Bahía de Tánamo y sus cayos, Bahía de Naranjo y Boca de Samá.

Se cuenta también con varias ofertas para el desarrollo del turismo rural basadas fundamentalmente en excursiones a fincas de campesinos donde los clientes pueden interactuar directamente con los animales, los sembrados y adquirir conocimientos.

Finalmente se encuentran el Museo Provincial de Ciencias Naturales Carlos de la Torre y Huerta que exhibe unos 7 000 ejemplares de la fauna cubana y de otras regiones y el museo de ciencias naturales enclavado en la ciudad de Gibara.

Aunque el tema principal del producto propuesto es el contacto con la naturaleza, no se deben despreciar a otras potencialidades históricas culturales del territorio, que pueden servir como ingredientes en el enriquecimiento de la

experiencia de los visitantes. Es por esto que se expondrán a continuación un resumen de ello:

Algunos sitios de gran valor histórico-cultural con que cuenta la ciudad de Holguín, son: La Loma de la Cruz como uno de los íconos de la misma y la Plaza de la Marqueta, contando además con un sistema de parques entre los que destacan el Parque *Calixto García Íñiguez*, el Parque *Carlos Manuel de Céspedes* (San José) y el Parque *Julio Grave de Peralta* (Las Flores), sistema que hace que la ciudad sea reconocida como la ciudad de los parques. En el municipio Gibara, al cual es posible acceder a través de la carretera Holguín-Gibara, se encuentran numerosos atractivos como la galería de arte Casa del Artesano, la Batería *Fernando VII*, el Museo de Arte Colonial y otros. En el municipio Banes es posible acceder al Chorro de Maíta, uno de los más relevantes recintos funerarios y ceremoniales precolombinos descubierto en las Antillas y el Museo Indocubano Baní, con la más completa colección de piezas de cerámica y objetos ornamentales y de trabajo de los primeros habitantes de las Antillas, por ejemplo, un ídolo de oro, el primero encontrado en la zona.

Cuenta el destino Holguín además, con el lugar del descubrimiento Cayo Bariay, cuyo objetivo es recrear el desembarco de Cristóbal Colón en 1492 y la vida en el siglo XVI, situado en el municipio Freyre. Así mismo, podrá llegar el visitante a Birán: sitio natal del Comandante Fidel Castro Ruz.

Resumiendo, los recursos patrimoniales de la provincia son: Gibara, la Villa Blanca, ciudad marinera que conserva en la actualidad el más notable conjunto arquitectónico colonial de la provincia, sitio con peculiar cultura culinaria y donde existe la oportunidad de apreciar muestras de la Cuba colonial del siglo XIX. Holguín, ciudad capital de la provincia homónima, como antes se ha planteado, conocida como la ciudad de los parques, con una permanente y rica vida cultural; Banes, acogedora ciudad conocida como la capital arqueológica de Cuba y muy cercana a los principales polos de playa y por el Parque Monumento Nacional Bariay ubicado en el municipio de Rafael Freyre.

Cuenta con numerosos recursos naturales dentro de los cuales destacan playas únicas de arenas blancas y finas como Playa Guardalavaca, Playa Pesquero y Playa Esmeralda.

En cuanto a ofertas extrahoteleras recreativas en Gibara, es posible acceder a sitios de recreación nocturna como la Batería Fernando VII, El Patio de Artex, el Snack Bar La Loja, entre otros.

El territorio dispone de centros comerciales y tiendas ubicadas en todos los hoteles, así como puntos de ventas en los polos. Estos establecimientos son operados por CARACOL, CIMEX, y TRD (Palao, 2009). Por otra parte el destino cuenta con la red de artesanos situada en el polo Guardalavaca y el centro comercial de Playa Pesquero; además del Bazar de las Artesanías ubicado en el bulevar de la ciudad de Holguín.

La población de Holguín está familiarizada con la actividad turística ya que el territorio ha sido por años uno de los principales destinos turísticos del país. Conoce la importancia de la práctica de esta actividad y se hace un actor positivo en numerosas situaciones en las que tiene encuentros con visitantes extranjeros que solicitan ayuda o información.

En resumen se presentan la correspondencia de las preferencias de los turistas estadounidenses con las condiciones turísticas del destino Holguín, (ver tabla 3 Anexo 4).

2.2.2 Objetivo del nuevo producto turístico

El producto turístico propuesto tiene como objetivo satisfacer las expectativas y necesidades del mercado estadounidense, que busca encontrar en el destino Cuba una propuesta interesante que le genere experiencias inolvidables. Para lograrlo, el producto propone el disfrute de los principales atractivos turísticos de la provincia de Holguín con especial énfasis en los de naturaleza y al mismo tiempo, se fusiona con pinceladas de otras modalidades (patrimoniales, culturales, náuticas, compras, sol y playa), entre otras que en su conjunto serán orquestadas para lograr el objetivo de todo sistema turístico: un cliente satisfecho con el producto que eligió comprar.

2.2.3 Idea del producto

Para determinar la idea del producto, se realizó un reconocimiento de los atractivos turísticos por parte del autor del informe, con un grupo de especialistas de la actividad comercial y directivos de la agencia Ecotur. Por

otra parte fueron analizados los horarios y frecuencias de arribos de los vuelos procedentes de los Estados Unidos a través de las diferentes aerolíneas que operan en el destino Holguín, siendo elegida la aerolínea American Airlines para vuelos regulares (Arribo: 12:00m) y (Salida: 1:00pm), por su solidez en las operaciones con el destino Holguín y la conveniencia de sus horarios de arribo y salida con el producto que se propone ofertar. Luego de realizado el método tormenta de ideas, con el objetivo de obtener la mayor cantidad de criterios y luego reducirlos, se definió la idea de producto siguiente: Experiencia que tiene como eje temático la naturaleza holguinera y se denomina “*la tierra más hermosa...*” Recreando varios atractivos turísticos naturales vinculados a la llegada de Colón a tierras americanas, mediante el disfrute y esparcimiento por lugares que recorriera el Almirante hace más de 500 años,(ver Figura 2.4)



Figura 2.4: Idea del producto.

En correspondencia con la idea de producto definida, se propone desarrollar el itinerario siguiente:

Primer Día: Recepción por el guía de turismo en el aeropuerto internacional Frank País de la ciudad de Holguín. Visita a la Loma de la Cruz y almuerzo en el restaurante. Visita a la ciudad de Gibara: observación de paisajismos en el

mirador “Los Caneyes”, visita a fábrica de tabaco, recorrido por “La Cueva de los Panaderos”, alojamiento en el Hotel Ordoño. En la noche, caminata por calles principales y área litoral de la ciudad y visita al centro recreativo “Batería Fernando VII”.

Segundo Día: Traslado en jeep durante todo el día. Visita al sendero Las Tinajitas. Visita al parque Bariay y cabalgata por el monumento “Encuentro entre Dos Culturas”, apreciación de show cultural, Almuerzo en el restaurante “Columbus”. Visita a casa de un campesino. Alojamiento en Hotel Brisas Guardalavaca con disfrute de las actividades del hotel Todo Incluido. Sol y Playa. Compra de artesanías.

Tercer Día: Traslado en trencito turístico. Navegación en lancha hasta el Acuario Bahía de Naranjo. Disfrute de las actividades del acuario como shows y baño con delfines Almuerzo en restaurante Cayo Naranjo, especializado en comida marinera. Visita al Museo Chorro de Maíta y Aldea Taína. Visita al poblado y marina de Boca de Samá con disfrute de actividades náuticas y contacto con la comunidad. Retorno al Hotel Brisas Guardalavaca y disfrute de las actividades del hotel Todo Incluido. Sol y Playa. Compra de artesanías.

Cuarto Día: Visita a la finca “El Frutal”, visita a la ciudad de Antilla favoreciendo el contacto con la comunidad y sus principales atractivos y abordar el catamarán hacia “Cayo Saetía” con snack ligero y una sesión de *snorkeling*. Disfrute de los atractivos naturales de Cayo Saetía en actividades como: Cabalgata, Safari, Admiración de Flora y Fauna, y almuerzo en mesa buffet. Alojamiento en Villa Pinares de Mayarí.

Quinto Día: Recorrido a través del Parque Natural Mensura-Piloto hacia el sendero Salto del Guayabo donde se disfrutará de paisajes y especies endémicas de la flora y fauna cubana. Visita al sendero Salto del Guayabo. Almuerzo típico cubano en Finca La Ceiba, auténticamente campesina. Alojamiento en Villa Mirador de Mayabe. Esparcimiento y disfrute de un guateque campesino en la finca Mayabe con cerdo asado en púa y disfrute de la fiesta campesina amenizada con el Órgano Oriental o grupo musical.

Sexto Día: Contacto con la cotidianidad del pueblo holguinero recorriendo los principales parques, Plaza de la Marqueta, comercios y áreas urbanas de la

ciudad. Despedida en el Aeropuerto Internacional Frank País. (Ver itinerario propuesto para el producto “La tierra más hermosa...” en la Tabla 4, Anexo 5).

2.2.4 Definición del nombre del producto

Para que un producto tenga éxito comercial su nombre debe ser atractivo y mostrar a la vez su contenido. Teniendo en cuenta la carga histórica generalmente representada en la provincia de Holguín, en cuanto a los orígenes del primer contacto del nuevo mundo con la mayor de las Antillas, además de inspirar una de las expresiones célebres más conocidas durante el descubrimiento de “Las Américas” por Cristóbal Colón cuando vislumbró la maravillosa riqueza natural predominante a lo largo y ancho del territorio (hoy Holguín), escenario de la experiencia turística que será vivida; se propuso como nombre para dicho producto turístico: “La tierra más hermosa...”, el cual puede ser traducido al idioma inglés: “The most beautiful land...”, como enfoque hacia el mercado meta.

2.2.5 Atractivos y actividades

Consecuentemente con el objetivo de la presente propuesta, se estructuró un producto que fusiona varios de los atractivos turísticos más importantes de la provincia, con especial énfasis en los de naturaleza (60% del producto), entre los que sobresalen senderos como: “Cueva de los panaderos”, “Las Tinajitas”, y “Salto del Guayabo”; auténticas fincas campesinas cubanas, “Cayo Saetía” y “Parque Nacional la Mensura” como sitios eco turísticos por excelencia de la provincia y alojamientos tradicionales en armonía con la naturaleza como “Villa Pinares de Mayarí” y “Villa Mirador de Mayabe”, que satisfaga la demanda del público objetivo.

Por otra parte, en búsqueda de enriquecer la experiencia turística, resulta acertado complementar con la presencia de atractivos históricos-culturales representativos de Cuba, (el tabaco y el café), y de Holguín como: “Loma de la Cruz”, parque Monumento Nacional Bariay, el Museo Chorro de Maíta y Aldea Taína; posibilidad de realizar actividades náuticas en el Acuario Bahía de Naranjo y Bahía Boca de Samá, un exponente de sus *resorts* en el hotel “Brisas Guardalavaca”, centros históricos de las ciudades de Holguín y Gibara

en búsqueda del contacto con la población, patrimonio y tradiciones populares. Además se insertan actividades nocturnas para aquellos que buscan conocer al destino en todos sus encantos. (Ver Tabla 2.3), donde se muestran las actividades a realizar en cada atractivo.

Tabla 2.3: Actividades a realizar:

Atractivos	Actividades
Loma de la Cruz	Recorrer el lugar y tomar fotografías
	Visualización de la ciudad desde los miradores
	Disfrute de atractivos del lugar: Artesanías, música, gastronomía
	Almuerzo con un líquido incluido
	Entrega de suvenir representativo de la Loma de la Cruz
Casco Histórico de la Ciudad de Gibara	Paseo por calles y parques principales, área litoral de la ciudad permitiendo el contacto con la población local
	Visualización de la ciudad desde el Mirador Los Caneyes
Fábrica de tabaco Hilda Torres Bacallao	Explicación del proceso de elaboración del tabaco
	Disponibilidad de medios para que los turistas puedan confeccionar tabacos ellos mismos
Cueva de los Panaderos	Admiración de flora y fauna cavernícola
	Vivencia de una experiencia mística ambientada por las formas de las estalagmitas y estalactitas
Hotel Ordoño	Alojamiento
	Cena y desayuno con un líquido incluido
Batería Fernando VII	Disfrute de show artístico
	Ofertas gastronómicas con un líquido incluido
Sendero Las Tinajitas	Toma de fotografías y disfrute de mirador natural
	Caminata y disfrute atractivos del sendero
Parque Bariay	Cabalgata o monta en yunta de bueyes
	Visita al monumento Encuentro entre Dos Culturas
	Visita a casa del campesino
	Apreciación de show cultural
	Almuerzo en restaurante Columbus con 1 líquido incluido
Acuario Bahía de Naranjo	Navegación en lancha, con barra abierta
	Disfrute de show de delfines y leones marinos
	Nado con delfines
	Almuerzo en restaurante de comida marinera. 1 líquido incluido
Museo Chorro de Maíta y Aldea Taína	Admiración de los exponentes del museo
	Recorrido guiado a través de la aldea

Atractivos	Actividades
Marina y poblado “Boca de Samá”	Visita a la comunidad de pescadores, escuela primaria y consultorio médico de la familia
	Actividades Náuticas
Hotel Brisas Guardalavaca	Disfrute de las actividades del hotel Todo Incluido
	Sol y Playa
	Actividades nocturnas del hotel
Tren Turístico	Toma de fotografías
Finca “El Frutal”	Alimentar animales
	Degustación de café
	Presenciar los atractivos de la finca
Ciudad de Antilla	Contacto con la comunidad
	Abordo de Catamarán
Catamarán	Navegación hacia Cayo Saetía
	Snorkeling
Cayo Saetía	Cabalgata, Safari, Caminatas
	Admiración de Flora y Fauna
	Almuerzo Buffet con 1 líquido incluido
Villa Pinares de Mayarí	Alojamiento
	Coctel de bienvenida. Disfrute de atractivos del lugar
	Cena con 1 líquido incluido
Parque Natural Mensura-Piloto	Disfrute de paisajismos, flora y fauna típica
Sendero Salto del Guayabo	Toma de fotografías y disfrute de mirador natural, paisajismos
	Caminata y disfrute atractivos del sendero
Finca La Ceiba	Mesa Buffet de frutas tropicales
	Plantación de un árbol
	Almuerzo típico campesino
	Disfrute de los atractivos de la finca
Villa Mirador de Mayabe	Esparcimiento y disfrute de un guateque campesino en la finca Mayabe(Cerdo asado en púa, baile y disfrute de la fiesta campesina amenizada con el Órgano Oriental)
	Alojamiento y desayuno
Casco Histórico de la Ciudad de Holguín	Caminatas por los parques principales de la ciudad
	Caminata por bulevares
	Explicación del mural Orígenes
Comercio Plaza de la Marqueta	Contacto con la cotidianidad del comercio
	Posibilidad de realizar compras

Fueron identificados los recursos y atractivos turísticos presentes durante el recorrido, para ello se tuvieron en cuenta cualidades como accesibilidad, autenticidad, calidad y posibilidad de realizar actividades complementarias relacionadas con la atracción principal, fue realizada una descripción de los mismos, (ver Anexo 6).

Después de determinada la idea de producto, identificando los atractivos y actividades a desarrollar en cada uno de ellos, el autor de la investigación decidió someter a juicio evaluador de especialistas, directivos y representantes el concepto del producto propuesto, siendo aceptado por parte de los especialistas convocados.

2.2.6 Mix de servicios

La selección de los servicios constituye un componente del producto turístico y sus características están estrechamente relacionadas con las demandas del mercado meta hacia el cual está orientado el producto, el tipo de producto en cuestión, los atractivos que lo integran, las actividades a realizar y los beneficios que se esperan obtener. El producto propuesto incluye los servicios hoteleros, extrahoteleros (restauración y recreación), transportistas y la presencia de guías y representantes a percibir por el cliente.

De acuerdo a la idea de producto desarrollada anteriormente el servicio principal del producto “La tierra más hermosa...” es:

Ofrecerles a los clientes la experiencia de sentirse como descubridores de la tierra que siglos atrás encantó al almirante Cristóbal Colón y que lo llevó a expresar “Este es la tierra más hermosa que ojos humanos hayan visto”. Para ello la excursión cuenta con una selección de atractivas actividades como: visitas a patrimonios históricos y naturales, observación de atractivos diversos y paisajismos, cabalgata, visitas a museos y comunidades urbanas y rurales, disfrute de shows artísticos y festividades populares, compras de suvenires. En fin, conocer la tierra que está tan cerca pero tan desconocida, e interesante a la vez por las encrucijadas de la historia que se ha encargado de ligar a ambos países a través de los tiempos.

2.3 Proceso de prestación

Luego de determinar las oportunidades y potencialidades existentes para el diseño del producto, así como los atractivos y actividades a realizar en cada uno de ellos para materializar la oferta, estructurando el producto turístico, corresponde entonces organizar y desarrollar el proceso de prestación al cliente, de forma tal que sea percibido como algo nuevo e interesante para el mercado meta seleccionado, con la finalidad de que motive su compra y sea sostenible. A continuación se abordan elementos tales como medios de transporte, acceso, restauración y alojamiento.

Transporte

A partir de los contratos existentes ente la agencia de viajes Ecotur y la Empresa de Transporte Turístico Transtur, se establecieron las condiciones del servicio y los costos de la prestación transportista.

De acuerdo a la forma en que está concebido el producto y la cantidad de pax que lo compre, será el tipo de bus que se utilizará. En efecto, el diseño del producto turístico propuesto está comprendido inicialmente para un mínimo de seis pax, por lo cual se propone emplear el microbús de diez capacidades. En caso de que el producto sea comprado por un número mayor de 10 pax entonces se redefinirían los términos cambiando a un microbús de mayor capacidad. Los microbuses cuentan con alto confort y aire acondicionado, además de ofrecer seguridad, profesionalidad y experiencia por parte de sus choferes. También es planificado un traslado en tren turístico perteneciente a la misma empresa.

En el segundo día del Itinerario se propone que los traslados terrestres puedan ser cubiertos por jeeps 4x4 a disposición de la agencia Ecotur. En el diseño inicial para seis pax, es conveniente el empleo de dos jeeps, en el caso de que el producto sea comprado por un número mayor de seis pax entonces se adicionaría un tercer jeep. Por otra parte, en caso de que compraran el producto un número mayor de dos pax e inferior de seis pax, se establecería el mismo programa pero con traslado en jeep 4x4 para todo el recorrido. Los jeeps a disposición de la agencia Ecotur con una capacidad para cuatro pax, están aptos para la circulación por terrenos de múltiples características,

además de contar con alta tecnología que asegura el confort y la seguridad para sus pasajeros.

Para la realización de actividades náuticas fueron establecidos contratos con las agencias: Marina Marlin y Marina Gaviota en disposición de medios como: catamarán, lancha y motos acuáticas.

Por último para acceder y disfrutar del atractivo “Cayo Saetía”, se contarán con medios de transporte pertenecientes a Transgaviota como: jeep 4x4. A continuación se ofrecen detalles de la transportación en la siguiente tabla:

Tabla 2.4: Medios de transporte, con el lugar y horario de recogida

Medio de transporte	Lugar de recogida	Hora
Día 1		
Microbús Transtur	Aeropuerto Frank País	12:30
	Loma de La Cruz	14:15
Día 2		
Jeep 4x4	Hotel Ordoño	8:00
	Base de Campismo Silla de Gibara	10:45
	Parque Bariay	13:50
Día 3		
Tren Turístico	Hotel Brisas Guardalavaca	9:05
Lancha Marina Gaviota	Muelle del Acuario Bahía de Naranjo	9:25
Microbús Transtur	Acuario Bahía de Naranjo	13:30
	Museo Chorro de Maíta y Aldea Taína	15:15
	Bahía Boca de Samá	16:30
Día 4		
Microbús Transtur	Hotel Brisas Guardalavaca	7:55
	Finca El Frutal	8:45
	Cayo Saetía	16:00
Catamarán Marina Gaviota	Muelle Bacaladera	9:30
Día 5		
Microbús Transtur	Villa Pinares de Mayarí	7:45
	Sendero Salto del Guayabo	11:00
	Finca La Ceiba	15:00
Día 6		
Microbús Transtur	Villa Mirador de Mayabe	7:55
	Parque Julio Grave de Peralta	10:00

Vías de acceso

La aerolínea a utilizar es American Airlines, con frecuencia regular (un arribo diario), a través del Aeropuerto Internacional “Frank País” de la ciudad Holguín, y las vías principales a utilizar durante los recorridos son:

Día 1

- Vía que conecta el Aeropuerto Internacional de Holguín con la Loma de la Cruz
- Carretera que conecta la Ciudad de Holguín con la Ciudad de Gibara
- Vía Cueva de los panaderos-Hotel Ordoño-Batería Fernando VII

Día 2

- Carretera-Terraplén que conecta la Ciudad de Gibara con la base de campismo Silla de Gibara
- Terraplén-carretera que conecta la base de campismo Silla de Gibara con el Parque Bariay
- Carretera que conecta Bariay con el Polo Guardalavaca

Día 3

- Carretera que conecta el Polo Guardalavaca con el muelle del Acuario Bahía Naranjo
- Bahía Naranjo a través del cual navegará la lancha hasta Acuario Bahía Naranjo
- Carretera que conecta el Acuario Bahía Naranjo con el Museo Chorro de Maíta y Aldea Taína
- Carretera que conecta el Museo Chorro de Maíta y Aldea Taína con el poblado Boca de Samá
- Carretera que conecta el poblado Boca de Samá con el Polo Guardalavaca

Día 4

- Carretera-terraplén que conecta el Polo Guardalavaca con la Finca El Frutal
- Carretera-terraplén que conecta la Finca El Frutal con la Ciudad de Antilla
- Bahía de Nipe a través del cual navegará el catamarán hasta Cayo Saetía
- Puente-Carretera que conecta Cayo Saetía con Villa Pinares de Mayarí

Día 5

- Carretera-terraplén que conecta Villa Pinares de Mayarí con Sendero Salto del Guayabo
- Terraplén-Carretera que conecta Sendero Salto del Guayabo con Finca La Ceiba
- Terraplén-Carretera que conecta Finca La Ceiba con Villa Mirador de Mayabe

Día 6

- Carretera que conecta Villa Mirador de Mayabe el Centro Histórico de la ciudad Holguín
- Carretera desde el Centro Histórico de la ciudad Holguín con el aeropuerto internacional Frank País

Restauración

Teniendo en cuenta las características del mercado meta los nueve restaurantes escogidos cuentan con excelentes estándares de calidad y profesionalidad. De ellos cuatro pertenecen a entidades hoteleras, cuatro a entidades extrahoteleras y uno perteneciente al sector no estatal, además están especializados en cocina criolla, típica, marinera e internacional. En Holguín, los restaurantes Loma de la Cruz y Finca Mayabe; en Gibara, Restaurante Ordoño; en Freyre, restaurantes Columbus y Cayo Naranjo; en Banes, restaurante Los Vitrales, en Mayarí, los restaurantes La Iguana y Pinares de Mayarí; por último en Báguano, Finca La Ceiba. Cabe destacar que la agencia ya habrá negociado el precio con cada una de estas entidades extrahoteleras por lo que el menú será temático y a la vez variado para todo tipo de preferencias y/o requerimientos e incluirá 1 líquido.

- Palmares: “Loma de la Cruz”
- Islazul: “Finca Mayabe”
- Gaviota: “Cayo Naranjo”, “Columbus”, “La Iguana” y “Pinares de Mayarí”
- TCP: “Finca La Ceiba”

- Cubanacán: “Ordoño” y “Los Vitrales”

Alojamiento

El producto incluye alojamiento en cuatro hoteles, los mismos presentan condiciones favorables para satisfacer las necesidades del mercado meta, estos son: Hotel Ordoño en Gibara, marca Encanto cuatro estrellas (una noche), Hotel Brisas Guardalavaca en Banes, cuatro estrellas (TI), (dos noches), Villa Pinares de Mayarí en Mayarí, tres estrellas (una noche) y la Villa Mirador de Mayabe en Holguín, tres estrellas (una noche). En cada uno de estos hoteles tienen el desayuno incluido y podrán disfrutar de las ofertas y servicios hoteleros. (Ver itinerario propuesto para el producto “La tierra más hermosa...” en la Tabla 4, Anexo 5).

2.4 Precio y análisis medioambiental

Para desarrollar esta etapa se utilizó el procedimiento establecido para su elaboración en la agencia de viajes Ecotur, se tomaron las cotizaciones de los prestatarios que intervienen en cada uno de los servicios, y los gastos que incurre la agencia, procediendo con el cálculo económico al determinar los costos fijos y los variables. Para el análisis medioambiental se determinaron los impactos positivos y negativos que ejerce el producto sobre el entorno y la comunidad receptora.

2.4.1 Cotización, cálculo económico y precio del producto

Para la elaboración de la cotización del producto, en primer lugar se hizo una relación de los prestatarios seleccionados con sus respectivos precios, los cuales ya estaban previamente negociados con la agencia mediante contratos, (ejemplo: ver Tabla 2.5).

Luego se elaboró la cotización para un valor mínimo de seis pax, por ser considerado empíricamente el más coherente con el tipo de producto propuesto, mediante la cual se estableció el precio de venta final al público. Por último se realizó el análisis de factibilidad comercial (punto de equilibrio), para evaluar la posibilidad de que la venta del producto resulte rentable, es decir, que produzca utilidades.

Tabla 2.5: Tarifa calculada por agencia Transtur para el servicio al producto “La tierra más hermosa...”

NOMBRE	Pax	Kms	6 Plazas	10 Plazas	15 Plazas	24 Plazas	34 Plazas	44 Plazas
Costo en CUC	6	706	642	694	776	972	1122	1308

Fuente: Oficina Comercial Transtur, 2017

Por otra parte se realizó una cotización alternativa para un mínimo de 2 pax, en cuyo caso se realizaría todo el traslado a través de jeeps 4x4 a disposición de Ecotur, por lo cual no se emplearía el microbús de 10 plazas ni el tren turístico, lo que significa una disminución de los costos por transportación, por otra parte fueron calculados los costos para un mínimo de 10, 16, 25 y 35 pax respectivamente, en tales casos el traslado durante todo el recorrido se realizará en bus según su capacidad y se prescinde de los jeep 4x4 (ver cotización alternativa: Tabla 5, Anexo 7).

Es necesario considerar que el producto turístico “La tierra más hermosa...”, se diseña con el objetivo de ser vendido a través de los turoperadores y agencias de viajes estadounidenses especializados en Turismo de Naturaleza por lo cual el precio que será establecido es para “el producto en tierra”, el cual se presentará a través de contratos entre ambas partes sin incluir el precio del boleto de avión. De igual manera ocurrirá en caso de que el producto sea comercializado a través de agencias de viajes cubanas.

Cotización:

A partir de los cálculos realizados se estableció un precio para el producto turístico con un mínimo a operar de 6 pax, a continuación se exponen las tablas con la ficha de costo, (ver Tabla 2.6) y el cálculo del punto de equilibrio, (ver Tabla 2.7).

Tabla 2.6: Ficha de costo del producto “La tierra más hermosa...”

PRODUCTO: “LA TIERRA MÁS HERMOSA...”					
ALOJAMIENTO		COSTO NETO	PRECIO PUBLICO	COSTO TOTAL % NETO	PRECIO %PUBLICO
Hotel Ordoño MAP		66.00	88.00		
Hotel Brisas Guardalavaca 2 noches TI		128.00	170.67	0%	25%
Villa Pinares de		32.00	42.67		

Mayarí MAP				
Villa Mirador de Mayabe CP		46.00	61.33	
				681.39 909.08
SUBTOTAL ALOJAMIENTO		258.00	344.00	
UTILIDAD X PAX				227.69
COSTO TRANSPORTACIÓN				
Combustible Jeep	48.50			
Mínimo Pax :	6			
Recorrido en Km Jeep. :	400			
10% Combustible	4.85			
Renta Microbús	694			
Renta del Jeep	80			
Gastos Indirectos	12.9			
Valor Total Transfer	840.25			
COSTO DE ATRACTIVOS VISITADOS				
Restaurante Loma de la Cruz + 1 liquido		10.00	13.33	
Fábrica de Tabaco		5.00	6.67	
Cueva de los Panaderos		7.00	9.33	
Batería Fernando VII + 1 liquido		4.00	5.33	
Sendero Las Tinajitas		5.00	6.67	
Parque Bariay		12.00	16.00	
Acuario Bahía de Naranjo show +baño con delf +alm		80.00	106.67	
Museo Chorro de Maíta		1.00	1.33	
Aldea Taina		1.00	1.33	
Actividades Náuticas en Boca de Sama		14.00	18.67	
Tren Turístico		5.00	6.67	
Finca El Frutal		2.00	2.67	
Catamarán + Snorkeling		15.00	20.00	
Cayo Saetía		20.00	26.67	
Sendero Salto del Guayabo		5.00	6,67	
Almuerzo Finca La Ceiba		12.00	16.00	
Guateque Finca Mayabe		22.50	30.00	
SUBTOTAL ATRACTIVOS VISITADOS:		220.50	294.00	

COSTO DEL GUIA Y EL CHOFE	S/N				
LUGAR A VISITAR					
Restaurante Loma de la Cruz + 1 liquido	10.00				
Hotel Ordoño MAP + 1 liquido	92.40				
Batería Fernando VII + 1 liquido(solo Guía)	1.50				
Restaurante Columbus+1 liquido	12.00				
Brisas Guardalavaca TI 2 noches	179.20				
Restaurante Cayo Saetia +1 liquido(solo guía)	6.00				
Villa Pinares de Mayari MAP+1 liquido	32.00				
Finca La Ceiba	12.00				
Villa Mirador de Mayabe MAP+1 liquido	32.00				
OFERTA DE GUIA Y CHOFE	377.10				
TOTAL APROXIMADO	681.39	PRECIO NIÑO	681.75	PRECIO ADULTO	909.00

Fuente: Ficha de costo producto "La tierra más hermosa..." Ecotur, 2017

Tabla 2.7. Punto de Equilibrio

Cantidad Pax	Precio	Ventas	Costo Total	Costo / Pax	Utilidad
9	909.00	8181.00	5518.89	613.21	2662.11
8	909.00	7272.00	5040.40	630.05	2231.60
7	909.00	6363.00	4639.53	662.79	1723.47
6	909.00	5454.00	4088.34	681.39	1365.66
5	909.00	4545.00	3609.85	721.97	935.15
4	909.00	3636.00	3131.36	782.84	504.64
3	909.00	2727.00	2652.84	884.28	74.16
2	909.00	1818.00	2174.36	1087.18	-356.36
1	909.00	909.00	1695.85	1695.85	-786.85

El costo del producto es de **681.39 CUC** para un mínimo de seis pax. Aplicándole el margen comercial del 25% honorario de Ecotur para todas las agencias y clientes, el precio establecido sería de **909.00 CUC** para adultos y

de **682.00 CUC** para niños (sin contar pasaje de avión), generando utilidades a partir de **tres pax**.

Por otra parte se recomienda aplicar la cotización alternativa para **dos a cinco pax**, debido a la reducción de costos y la eficiencia en la utilización de los medios de transporte (ver Tabla 5, Anexo 7).

2.4.2 Análisis medioambiental

Para determinar los impactos que provocaría el producto diseñado sobre el medio donde se gestiona y desarrolla se utilizó la NC-ISO: 14004: Sistemas de Gestión Ambiental: directrices generales sobre principios, sistemas y técnicas de apoyo. Primero se identificaron los aspectos ambientales del producto en cada actividad que impactan sobre el medio ambiente, ya sea de forma positiva o negativa. Luego se establecieron los impactos ambientales, reales y potenciales, positivos y negativos asociados con cada aspecto identificado y, finalmente, se evaluó la significación de estos impactos (ver Tabla 6, Anexo 8).

2.5 Distribución y comunicación del producto turístico

Una vez determinado el precio del producto y el análisis medioambiental, es necesario señalar las vías para distribuirlo y darlo a conocer. Esta etapa tiene como objetivo, lograr que el producto esté a la disposición de todos los clientes que lo deseen, trazando las estrategias de distribución y comunicación y definiendo las acciones promocionales que motiven su compra a través de diferentes vías que faciliten un buen posicionamiento del producto turístico.

2.5.1 Posicionamiento

El producto diseñado se debe posicionar en el imaginario del cliente: como protagonista de una aventura que combine armónicamente los principales valores naturales e histórico-culturales de la provincia Holguín, garantizando un clima de seguridad, tranquilidad e intercambio con la naturaleza bajo el *slogan* “Atesorando memorias”, (“Treasuring memories”), como intención de lograr inolvidables y positivas memorias en quien la disfrute.

Además debe posicionarse el producto turístico “La tierra más hermosa...” destacando su posición dentro de la oferta turística holguinera, como un

producto de Naturaleza con participación de atractivos histórico-culturales, auténtico, específico para satisfacer la demanda del público objetivo. Para ello se debe hacer llegar a los guías, representantes y al público objetivo esa intención de armonía y autenticidad que caracteriza al producto, a través de una imagen de marca que lo identifique y lo asocie al destino.

2.5.2 Estrategias de distribución y comunicación del producto

Se prevé distribuirlo a través de las principales Agencias de Viaje especializadas en Turismo de Naturaleza del país emisor (Estados Unidos), como un paquete completo sin incluir el costo del pasaje de ida y retorno debido a la frecuente fluctuación de los precios del boleto de avión. Por otra parte el paquete turístico puede ser comercializado a través de otras agencias de viajes cubanas.

Para manejar la Comunicación Promocional se propone centrar un conjunto de acciones comunicativas hacia los directivos y representantes de todas las agencias de viajes que atiendan el mercado a partir de las variables de la mezcla de marketing:

- Publicidad
- Relaciones Públicas
- Promoción de ventas y *merchandising*
- Marketing directo

Acciones de comunicación promocional:

Publicidad:

- Actualizar la información en los sitios web del destino y las páginas de las agencias de viajes nacionales y estadounidenses con respecto a la inclusión del producto turístico a la cartera de ofertas del destino Holguín
- Promocionar el producto a través de las principales redes sociales y consultores de viajeros existentes Internet
- Producir videos publicitarios y promocionales del destino donde se describan los beneficios, y al producto que se propone lanzar al mercado
- Compartir fotografías de los principales atractivos turísticos de Holguín en las redes sociales, con el objetivo de familiarizar al usuario con el destino

- Incluir el producto en guías, afiches, folletos y catálogo del destino
- Informar a los visitantes sobre la existencia del producto a través de INFOTUR.

Relaciones Públicas:

- Realizar *famtrip* (viajes de familiarización) para presentar el producto a los representantes de los principales turoperadores y agencias de viajes (mencionados en etapas anteriores), líderes de opinión y otros organismos
- Entrega de stocks de videos promocionales y fotografías digitales a las agencias de viaje y turoperadores

Promoción de ventas y *merchandising*:

- Realizar descuentos en los lanzamientos de la oferta, en la fase inicial de la comercialización, fechas conmemorativas, eventos turísticos
- Promocionar ofertas en burós comerciales de agencias de viajes estadounidenses y cubanas a través de carteles y plegables, *displays*
- Obsequiar artículos suvenires como: lapiceros, llaveros, pegatinas pulóveres y camisetas que cuenten con el nombre del producto

Marketing directo:

- Desarrollar campañas por email para promocionar el producto a una lista de suscriptores
- Organizar y realizar concursos sobre temas turísticos y atractivos que son incluidos en el producto. Estos se harán en ambientes populares, calles, eventos locales, etc. Se pueden incluir regalos y premios como incentivo

Además, de la siguiente forma se propone mostrar el producto en los folletos de promoción turística de las agencias de viajes. (Ver figura 2.5)



Figura 2.5: Fragmento del catálogo de productos, orientado al cliente.

2.6 Evaluación

En esta etapa, la última del proceso, se examinan los resultados del control parcial por etapas y, a partir de éste se realiza el control final del producto a través del criterio de especialistas. Para ello una vez que se tenga elaborado el programa se le debe someter a las consideraciones de: especialistas diseño de productos turísticos, docentes, comerciales y especialistas de AA.VV, guías de turismo y trabajadores de experiencia en el sector; luego presentar los resultados de ese proceso.

Para la realización de los objetivos en la presente etapa, se confeccionó el itinerario del producto turístico empleando un lenguaje elocuente y apoyado en imágenes de los atractivos con interesantes caracterizaciones. Por otra parte la recolección de los datos se realizó a través de un cuestionario, el cual fué aplicado como entrevista con escala tipo Likert. Para su confección el autor se apoyó en el procedimiento planteado por Hernández (2004).

El objetivo de la aplicación del instrumento es el conocer los criterios y sugerencias sobre el producto propuesto en cuanto a sí mismo en búsqueda de validación, optimización y aval para ser presentado como proyecto en cualquier evento turístico o evaluación especializada. Las preguntas fueron presentadas en escala tipo Likert y estuvieron orientadas con respecto a:

- | | |
|------------------------|---|
| • Nombre del producto | • Duración del Programa |
| • Atractivos a visitar | • Precio |
| • Alojamiento | • Recomendación a terceros a que |
| • Restauración | consuman el producto |
| • Transportación | • Sugerencias para la mejora del producto |

Resultados de la evaluación por parte de los especialistas:

El instrumento fue aplicado a ocho especialistas en la materia con diferentes enfoques y responsabilidades dentro del sector turístico en búsqueda de lograr el test del producto con la participación de varios puntos de vista, los resultados revelaron que:

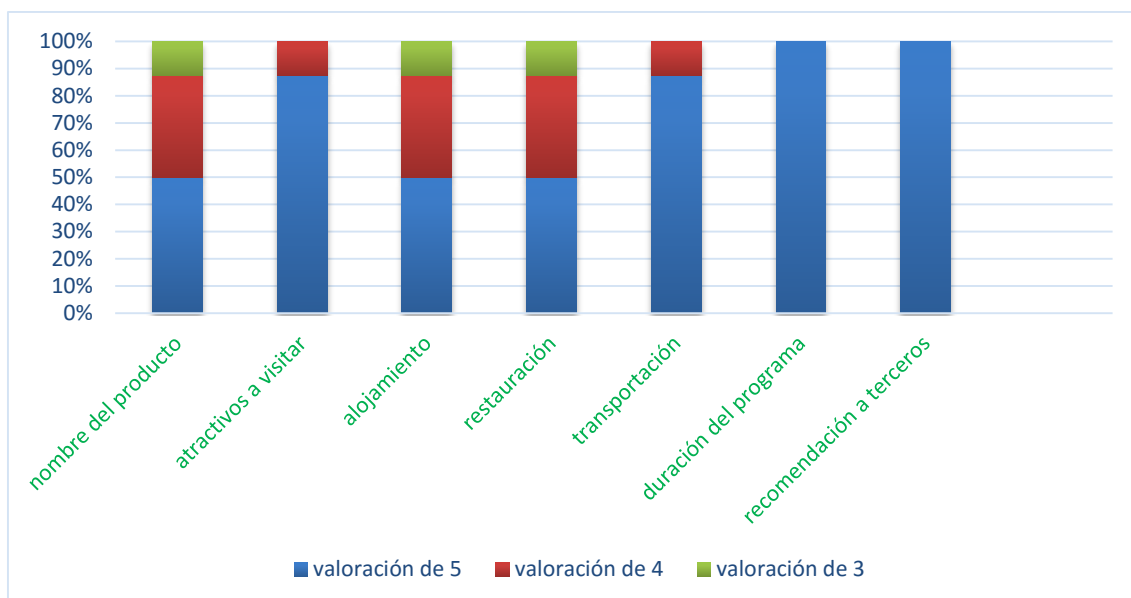


Figura 2.6: Resultados de la aplicación del cuestionario

- De los ocho especialistas, el 50% valoraba como (muy interesante) el nombre del producto, un 37,5% lo valoraba como (interesante) y un 12,5% como (medianamente interesante)
- De los ocho especialistas, el 87,5% valoraba como (muy interesante) la selección de atractivos propuestos a visitar, además un 12,5% los consideraba como (atractivos interesantes)
- De los ocho especialistas, el 50% valoraba como (muy acertada) la selección del alojamiento, un 37,5% lo valoraba como (acertada) y un 12,5% como (medianamente acertada)
- De los ocho especialistas, el 50% valoraba como (muy acertada) la selección de la restauración propuesta, un 37,5% lo valoraba como (acertada) y un 12,5% como (medianamente acertada)
- De los ocho especialistas, el 87,5% valoraba como (muy acertada) la selección de la transportación propuesta, además un 12,5% lo consideraba (como acertada)
- El 100% de los especialistas, valoraba como adecuada la duración del programa
- El 62,5% de los especialistas, valoraba que el rango de precio apropiado para ese tipo de producto estaba entre (600 y 1000 CUC), mientras que el 37,5% consideraba que estaba en el rango (más de 1000 CUC)

- El 100% de los especialistas, recomendaría a los turistas estadounidenses el consumo del producto turístico

Por otra parte las preguntas dirigidas a recopilar sugerencias para la mejora del diseño del producto propuesto estuvieron enfocadas en los siguientes aspectos:

- Otorgar más participación al sector nos estatal, principalmente restaurantes
- Presentar el nombre del producto turístico en el idioma español: “La tierra más hermosa...” debido a que inicialmente estaba propuesto el nombre en idioma inglés (esta sugerencia fue llevada a cabo)
- Evaluar la posibilidad de implicar el alojamiento en Campismo Popular, Villa Don Lino y casas de renta
- Una parte del recorrido llevarla a cabo en automóviles americanos

(Ver cuestionario y detalles de los especialistas entrevistados en el Anexo 9).

CONCLUSIONES

Como resultado de la investigación se arribó a las conclusiones siguientes:

1. En la consulta de la bibliografía se encontró abundante información relacionada con el diseño de productos turísticos, fue construido el marco teórico y clasificado el producto como del tipo: Viajes.
2. La utilización de la metodología MEPROTUR de Funcia et al (2009) para el diseño del productos turísticos, demostró su validez y objetividad con los objetivos de la presente investigación.
3. En el diseño del producto en estudio, se dio cumplimiento a las seis etapas que conforman la metodología, coherente con las políticas de desarrollo turístico del país y características del mercado estadounidense.
4. Se diseñó el producto turístico de naturaleza “La tierra más hermosa...” el cual según la validación hecha por la agencia Ecotur Oriente, es candidato a integrar su catálogo y contribuir así a la diversificación de la oferta turística del destino Holguín.

RECOMENDACIONES

Derivado del estudio realizado se recomienda:

1. Presentar los resultados de la investigación a las autoridades turísticas del destino Holguín con vistas a:
 - La inclusión de “La tierra más hermosa...” a la cartera de productos de la agencia Ecotur a presentar en el evento TURNAT 2017
 - Fomentar la actualización constante de la investigación del mercado estadounidense, pues la gran mayoría de la información expuesta en el informe, fue obtenida a través de estudios realizados por autores y organizaciones extranjeras.
2. Realizar el control estratégico del producto una vez que se esté comercializando, realizando los ajustes pertinentes según los resultados que se obtengan y la evaluación de las sugerencias online de AA.VV y clientes potenciales.
3. Para contribuir a potenciar las operaciones con el mercado estadounidense, se recomienda a las autoridades turísticas del territorio aprovechar las oportunidades existentes y agotar todos los medios posibles para lograr lanzar el producto “La tierra más hermosa...” a mediano o a largo plazo.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Agencia EFE y Redacción NN (2016). Crece turismo estadounidense en Cuba. Disponible en: <http://negociosnow.com/crece-turismo-estadounidense-en-cuba/>. Consultado 14/3/2017
2. América Economía (2016). Aumenta más de 94% la llegada de turistas estadounidenses a Cuba. Disponible en: http://spanish.xinhuanet.com/2016-04/24/c_135306282.htm. Consultado 14/3/2017
3. Arguelles Gonzales, M. (2014). Propuesta de diseño del producto turístico: “Una aventura de pesca hasta Cayo Saetía”. Trabajo de diploma en opción al Título de Licenciada en Turismo. Universidad de Holguín, Facultad de Ingeniería Industrial, Departamento de Licenciatura en Turismo, Cuba
4. Ayala Castro, H. (2007). Modalidades turísticas. Características y situación actual. Centro de Estudios Turísticos. Universidad de La Habana. La Habana. Cuba
5. Báez, A. (2013). Construyendo destino turísticos sostenibles en Cuba. La Habana. Cuba
6. Bassotti, G. (2012). Diagnóstico de Turismo de Naturaleza en el Mundo. Plan de Negocios de Turismo de Naturaleza en Colombia. Colombia
7. Bermúdez Prieto, R. (2015). Desde Cuba: Una primera aproximación al perfil del turista estadounidense. Cuba
8. Boo, E. (1994). The ecotourism boom: planning for development and management. wildlands and human needs technical paper series number 2. Washington D. C, USA: world wildlife fund. Disponible en: www.conserveonline.org. Consultado 25/2/2016
9. Bueno Carrión, M. (2016). Rediseño de la Feria Comercial de Turismo de Naturaleza TURNAT Holguín'2017. Tesis en opción al título Licenciado en Turismo. Universidad de Holguín, Facultad de Ingeniería Industrial,

Departamento de Licenciatura en Turismo. Cuba

10. Catálogo de contratación de la agencia de viajes Ecotur con prestatarios. Periodo 2016-2018.
11. Ceballos-Lascurain, H. (1987). Ecoturismo, naturaleza y desarrollo sostenible. Cuba
12. CBI Ministry of Foreign Affairs (2016). CBI Market Channels and Segments: Tourism. Netherlands
13. CEN-IP (1999). Ecotourism guidelines. Developed for the Canadian environment network international program (CEN-IP). First draft November 9, 1999. Disponible en: [http:// www.cen-rce.Org/internacional.htm](http://www.cen-rce.Org/internacional.htm)
14. CET (2005). Gestión de Destinos Turísticos. Monografía. La Habana, Universidad de la Habana
15. Chias Suriol, J. (1991) El mercado son personas. El marketing en las empresas de servicios, McGraw-Hill, Madrid
16. CIDTUR (2016). CIDTUR Informa
17. Clemente Tamayo, O. (2008). Diagnóstico de los atractivos turísticos de la Ciudad Colonial de Gibara. Trabajo de diploma en opción al Título de Licenciada en Turismo. Universidad de Holguín, Facultad de Ingeniería Industrial, Departamento de Licenciatura en Turismo. Cuba
18. CNAP-CITMA (2002). Curso de Áreas Protegidas de Cuba y conservación del patrimonio natural. Editorial Academia. La Habana. Cuba
19. Colectivo de Autores (2005). Material de apoyo sobre mercados emisores. Ciudad de la Habana: Universidad de La Habana. Cuba
20. COOPER, C. (2007). El turismo teoría y práctica. Madrid: Síntesis. España.
21. Date and Time (2016). Recuperado de <http://www.dateandtime.info>. Consultado en abril de 2016
22. Davey G, A. (1998). National systems planning for protected areas. World commission on protected areas (WCPA). Best practice protected area guidelines series number 1. Series editor Adrian Philips. Published by IUCN, Gland Switzerland and Cambridge, UK. Printed by page Bros (Norwich) Ltd, UK
23. Drumm, A. y Moore, A. (2002). An introduction to ecotourism planning.

- Volume 1. Ecotourism development. A manual for the conservation planners and managers. Editing Singer, A. publication for the capacity building, the nature conservancy, worldwide office. Disponible en: <http://www.conserveonline.org/2003/10/2/d4>
24. Earth Trends (2003). Biodiversity and protected areas- Zambia. Country profiles. Disponible en: <http://www.earthtrends.wri.org/pdf-library/country-profiles/Bio-cou-894-pdf>
 25. ECOTUR (2015). Catálogo de Opcionales 2015-1016. Holguín. Cuba
 26. Edroma, E (1997). XI Congreso Espacios Naturales
 27. Escobar Almaguer, Y. (2013). Propuesta de producto turístico Galería Comercial La Campana de CARACOL Holguín. Trabajo de diploma en opción al Título de Licenciada en Turismo. Universidad de Holguín, Facultad de Ingeniería Industrial, Departamento de Licenciatura en Turismo, Cuba
 28. Fernández Cueria, N. y Pérez Ricardo, E. (2016). Análisis de la satisfacción de los clientes estadounidenses en el destino Holguín. Informe de prácticas laborales. Universidad de Holguín, Facultad de Ingeniería Industrial, Departamento de Licenciatura en Turismo. Cuba
 29. Fernández Cueria, N. y Pérez Ricardo, E. (2016). Propuesta de diseño de un producto turístico para el mercado estadounidense. Trabajo Final de Curso de Turismo y Hospitalidad IX. Universidad de Holguín, Facultad de Ingeniería Industrial, Departamento de Licenciatura en Turismo. Cuba
 30. Fuentes Oberto, L y López Ronda, J.C. (2016). Propuesta de diseño del producto Turístico "Discover it like Columbus". Trabajo Final de Curso de Turismo y Hospitalidad IX. Universidad de Holguín, Facultad de Ingeniería Industrial, Departamento de Licenciatura en Turismo. Cuba
 31. Funcia Morán, C; de la Uz Herrera, J.A; Mendoza Romero, Y. y Rodríguez Rubinos, J.M. (2009). Metodología para la mejora o diseño de productos turísticos y su comercialización. Escuela de hotelería y turismo de Santiago de Cuba. Cuba
 32. García López, R. (2015). ¿Qué países del mundo reciben más turistas? ¿y en América Latina? Disponible en: <http://www.aprendedeturismo.org/que-paises-del-mundo-que-reciben-mas-turistas-y-en-america-latina/>. Consultado

14/3/2017

33. Garzón Montes de Oca, X. (2016). Técnicas de redacción para trabajos investigativos. Holguín. Cuba
34. Gilbert Jr. D.R., Stoner J.A.F., y Freeman B.E. (1996). Management. Traductor: Mascaró Sacristán Pilar. Prentice Hall. Sexta Edición. México.
35. González Ferrer, R. (2007). Conceptualización del producto turístico: Contrapunteo entre el viaje y los bienes y servicios. Cuba
36. González Ferrer (2011) Desarrollo de Productos Turísticos, Maestría en Gestión Turística, Universidad de Holguín
37. González Sainz, Cardet Fernández y Palao Fuentes (2013). Procedimiento para el diseño de Productos Turísticos
38. Hernández, R, Fernández, C y Baptista, P. (2004). Metodología de la investigación. La Habana: Félix Varela
39. Hernández, R, Fernández, C y Baptista, P. (2006). Metodología de la investigación. 4ta edición. México: MCGRAW-HILL / INTERAMERICANA EDITORES, S.A. DE C.V
40. INFOTUR (2014). Guía turística provincia Holguín. ISSN 1995-946x. La Habana. Cuba
41. Koelig (2010) Diseño de un producto turístico de carácter patrimonial
42. Kotler; et al. (2004). Marketing para turismo, Tercera Edición, Pearson Educación, S.A. Madrid. España
43. Machado, E. y Hernández, Y. (2008). Procedimiento para el diseño de un producto turístico integrado en Cuba, Universidad de Las Villas
44. Machado Chaviano (2013) Integración y diseño del producto turístico. Aplicado a la región central del destino Cuba, de la Universidad Central "Marta Abreu" de las Villas.
45. Martín (2003) La Metodología Inicial para el Lanzamiento de Nuevos Productos Turísticos, de la Universidad de la Habana
46. Martín, R. (2006) Principios, organización y práctica del turismo. Ciudad de la Habana: Centro de Estudios Turísticos. Universidad de la Habana. Cuba
47. Medina, N. y Salinas, E. (2006). Productos turísticos, proceso de desarrollo comercialización. Universidad de La Habana, Cuba

48. Medina, N y Salinas, E. (2009). Los productos turísticos, pilares de la comercialización. Dos ejemplos del centro histórico de la Habana, Cuba. Universidad de La Habana, Cuba
49. Middleton, V. (1994) Marketing in Travel and Tourism. Londres: Butterworth.UK
50. MINTUR (2012). Programa de desarrollo del destino turístico Holguín 2012-2016. Holguín. Cuba
51. MINTUR-CITMA-MINAG (1999). Resolución conjunta sobre Turismo de Naturaleza. La Habana. Cuba
52. Moreno Delgado, Néstor. (2008). Modelo para el desarrollo del concepto de productos turísticos culturales. Universidad de Matanzas. Cuba
53. Normas ISO, 14004:2004 Sistemas de Gestión Ambiental, directrices generales sobre principios, sistemas y técnicas de apoyo
54. Ochoa (2012). Procedimiento para el diseño de productos turísticos
55. OMT (2015). Panorama OMT del turismo internacional. En www.unwto.org/facts. Consultada en mayo de 2016
56. OMT (2015). Barómetro OMT del Turismo Mundial. Volumen 6. No.1. Madrid. Disponible en <http://guias-viajar.com/viajes-turismo-mundo/omt-barometro-turismo-mundial-septiembre-2015/>. Consultado en septiembre de 2016.
57. OMT/UNWTO (2015). "Gastos por turismo internacional"
58. ONEI (2015). "Anuario Estadístico de Cuba"
59. Orama Gómez, M. (2014). Propuesta de diseño del circuito turístico: Cultura, historia y tradición en el oriente cubano. Trabajo de diploma en opción al Título de Licenciada en Turismo. Universidad de Holguín, Facultad de Ingeniería Industrial, Departamento de Licenciatura en Turismo. Cuba
60. Palao Fuentes, R., Cardet Fernández, E., Menéndez Pérez, M. & Rivero Rey, R. (2009). "Inventario del Producto Turístico Región Nororiental". Cuba
61. PCC (2016). Lineamientos de la política económica y social del Partido y la Revolución. Cuba
62. Periódico Granma. (9 de marzo 2016). La visita a Cuba de Barack Obama.
63. Periódico Trabajadores (23 de enero 2017). Bilateral que hereda Trump.

Consultado 23/1/2017

64. Perelló Cabrera, JL. (2015). El Turismo de Estados Unidos a Cuba Ante el Nuevo Escenario de Relaciones Bilaterales. Universidad de La Habana. Cuba
65. Perera Negrín, L. (2015). Cuba: De turismo, cultura y nuevos retos. "Cuba hora". Recuperado de <http://www.cubahora.com>. Consultado en marzo de 2016
66. Polanco Charchabal, Pedro (2014). Estrategia para el desarrollo del Turismo de Naturaleza y de Aventuras en el destino Holguín. (Trabajo de Diploma en opción al Título de Licenciado en Turismo). Universidad de Holguín, Facultad de Ingeniería Industrial, Departamento de Licenciatura en Turismo. Cuba
67. PROCOLOMBIA (2014). Disponible en: <http://www.procolombia.co/actualidad-internacional/turismo/perfil-del-turista-estadounidense>. Consultado en abril de 2016
68. Riquenes Gainza, M. (2016). Diagnóstico de la atractividad-competitividad del destino turístico Holguín para el mercado estadounidense. Trabajo de diploma en opción al Título de Licenciada en Turismo. Universidad de Holguín, Facultad de Ingeniería Industrial, Departamento de Licenciatura en Turismo, Cuba
69. Rodríguez Fariñas, R. (2006). Monografía. Desarrollo de Productos Turísticos. La Habana. Cuba
70. SECTUR (2006). El Turismo de Naturaleza: retos y oportunidades. Dirección de Desarrollo de Turismo Alternativo. México
71. Serra Cantallops, A. (2003). Marketing Turístico. Ediciones Pirámide. España.
72. Telemundo 51 (2016). EEUU autoriza 6 aerolíneas para vuelos directos a Cuba. Disponible en: [EEUU autoriza 6 aerolíneas para vuelos directos a Cuba _ Telemundo 51.htm](#). Consultado 17/3/2017
73. Téllez Ávila, M. (2009). Diagnóstico de los recursos turísticos histórico – culturales del destino Holguín. Trabajo de diploma en opción al Título de Licenciada en Turismo. Universidad de Holguín, Facultad de Ingeniería

Industrial, Departamento de Licenciatura en Turismo, Cuba

74. Valls, J. (2000, 2004). Gestión de destinos turísticos sostenibles. Madrid, España
75. Vence Álvarez, K. (2016). Diseño de incentivos para el mercado estadounidense en el Meliá Cohíba. Trabajo de diploma en opción al Título de Especialista en Gestión Hotelera. Universidad de Holguín, Facultad de Ingeniería Industrial, Departamento de Licenciatura en Turismo, Cuba
76. Villalobos-Céspedes, D; Galdeano-Gómez, E y Tolón-Becerra, A. (2009). Demanda turística Internacional por Turismo Naturaleza en Costa Rica: Indicadores Socio-demográficos y de condición de viaje. Ciencias Económicas 27-No. 2: 2009 / 75-103 / ISSN: 0252-9521. Costa Rica
77. Viñals, A. J. A. (2013). Diseño del producto turístico cultural Bayamo: historia, música y tradición. Departamento de Licenciatura en Turismo. Universidad de Holguín. Cuba

Páginas web consultadas:

1. www.datosmacros.com consultado 15/5/2016
2. www.classora.com consultado 15/5/2016
3. www.goldmansachs.com consultado 10/5/2016
4. www.jetcost.com consultado 17/3/2017
5. www.imf.com consultado 16/5/2016
6. www.infobae.com consultado 14/3/2017
7. www.livingcuba.com consultado 17/3/2017
8. www.skyscanner.com consultado 17/3/2017
9. www.telemundo51.com consultado 17/3/2017

ANEXOS

Anexo 1. Metodología para la mejora o diseño de productos turísticos y su comercialización (MEPROTUR)

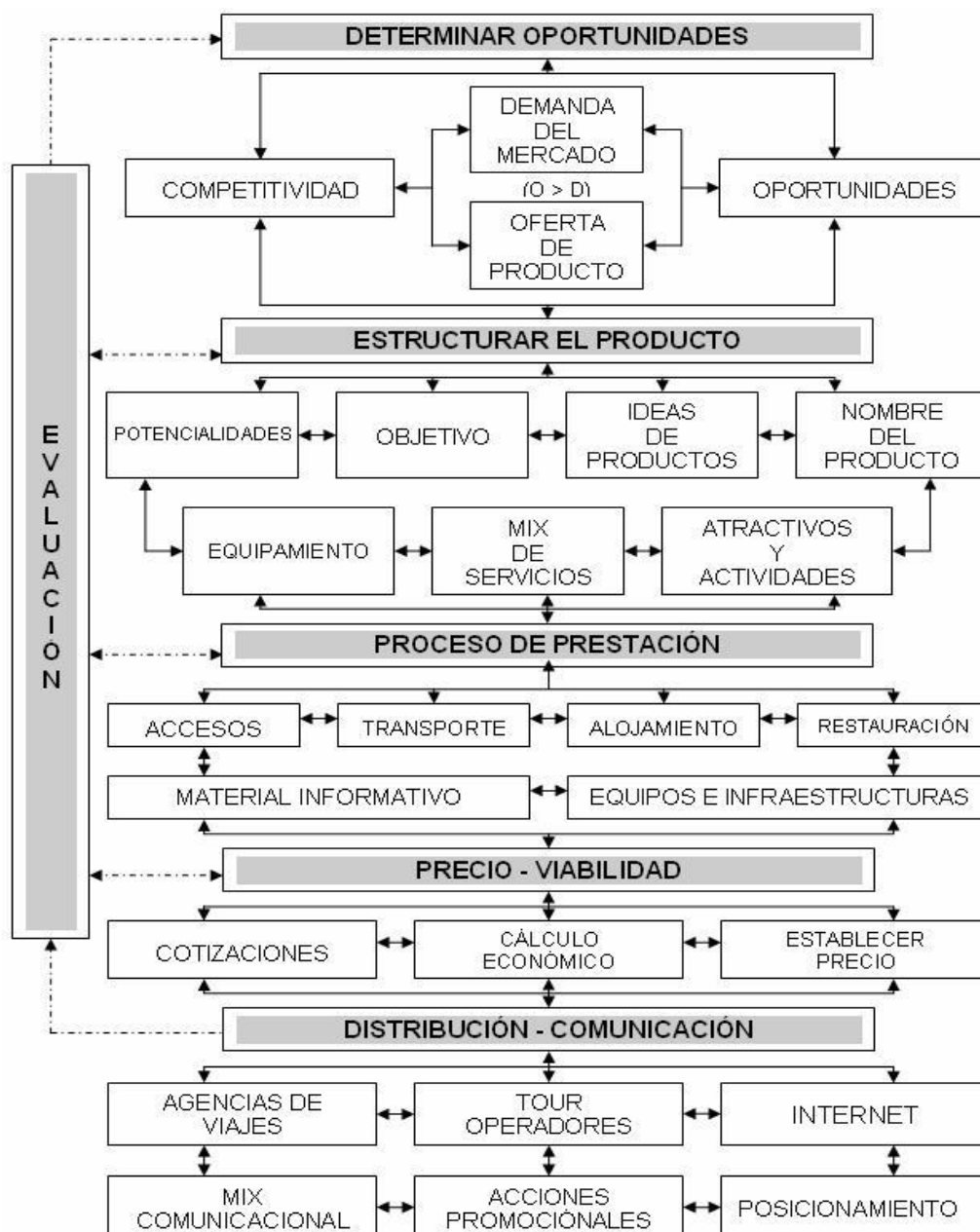


Fig. 1: Metodología para la mejora y diseño de productos turísticos y su comercialización (MEPROTUR).
Funcia Morán, Carlos y otros.

Anexo 2.

Tabla 1. Relación de vuelos aprobados por el Departamento de Transporte de los Estados Unidos

American Airlines	Frecuencia	Avión y capacidad
Miami-Santa Clara	2 vuelos diarios	B737-800 / 160 asientos
Miami-Holguín	2 vuelos diarios	B737-800 / 160 asientos
Miami-Matanzas	2 vuelos diarios	A319 / 144 asientos
Miami-Camagüey	1 vuelo diario	A319 / 144 asientos
Miami-Cienfuegos	1 vuelo diario	A319 / 144 asientos
Frontier Airlines	Frecuencia	Avión y capacidad
Chicago (O'Hare)-Santiago de Cuba	1 vuelo diario	A320 / 180-186 asientos
Chicago (O'Hare)-Matanzas	1x por semana (Sábado)	A320 / 180-186 asientos
Philadelphia-Camagüey	4x por semana (Lunes, Miércoles, Viernes, Sábado)	A320 / 180-186 asientos
Philadelphia-Santa Clara	3x por semana (Martes, Jueves, Domingo)	A320 / 180-186 asientos
Philadelphia-Matanzas	1x por semana (Sábado)	A320 / 180-186 asientos
JetBlue Airways	Frecuencia	Avión y capacidad
Fort Lauderdale-Camagüey	1 vuelo diario	A320 / 162 asientos
Fort Lauderdale-Holguín	1 vuelo diario	A320 / 162 asientos
Fort Lauderdale-Santa Clara	1 vuelo diario	A320 / 162 asientos
Silver Airways	Frecuencia	Avión y capacidad
Fort Lauderdale-Camagüey	5x por semana (No Lunes ni viernes)	Saab 340B Plus / 34 asientos
Fort Lauderdale-Cayo Coco	3x por semana (Martes, Jueves, Sábado)	Saab 340B Plus / 34 asientos
Fort Lauderdale-Cayo Largo del Sur	1x por semana (Sábado)	Saab 340B Plus / 34 asientos
Fort Lauderdale-Cienfuegos	2x por semana (Lunes y Viernes)	Saab 340B Plus / 34 asientos
Fort Lauderdale-Holguín	1 vuelo diario	Saab 340B Plus / 34 asientos
Fort Lauderdale-Manzanillo	3x por semana (Martes, Miércoles, Viernes)	Saab 340B Plus / 34 asientos
Fort Lauderdale-Santa Clara	1 vuelo diario	Saab 340B Plus / 34 asientos
Fort Lauderdale-Santiago de Cuba	1 time daily	Saab 340B Plus / 34 asientos
Fort Lauderdale-Matanzas	4x por semana (Lunes, Miércoles, Viernes, Dom)	Saab 340B Plus / 34 asientos

Southwest Airlines	Frecuencia	Avión y capacidad
Fort Lauderdale-Matanzas	2 vuelos diarios	B737-700 / 143 Seats
Fort Lauderdale-Santa Clara	1 vuelo diario	B737-700 / 143 Seats
Sun Country Airlines	Frecuencia	Avión y capacidad
Minneapolis-Santa Clara	1x semana (Domingo)	B737 / 126-162 asientos
Minneapolis-Matanzas	1x semana (Sábado)	B737 / 126-162 asientos

Fuente: www.telemundo51.com consultado 17/3/2017

Anexo 3.

Tabla 2: Listado de opcionales Agencia de Viajes Ecotur Oriente

Opcional	Precio Público	Idea del Producto (mínimo 2 pax)
1-Country sea tour	93.00	Paseo en lanchas, casa campesino, cabalgata. Almuerzo en Alcalá con líquido y grupo tradicional acompañando.
2-The Grand Safari	93.00	Visita a Birán, Casa Campesino, visita al Salto de Agua más Alto de Cuba. En el Área Protegida Mensura – Piloto Almuerzo con Líquido, Naturaleza.
3- Holguín's Green Path	93.00	Recorrido por el Campo de Cuba con Visita a la Comunidad de Alcalá, Visita a la Casa de un Campesino, Degustación de Fruta de estación, almuerzo en el ranchón de Alcalá con líquido incluido. Exc. Thomas Cook
4- Green and Blue	79.00	Paseo en lanchas, Casa Campesino, Visita, Show, y Almuerzo en Aldea Taina, con líquido incluido, Cabalgata Bariay, Visita a Boca de Sama o Vita, la Exclusividad es 93.00 Adultos y 56.00 los menores.
5-Ruta Rebelde un día	97.00	Visita panorámica a la ciudad de Bayamo, Sendero Comandancia de la Plata, Almuerzo en Santo Domingo con un líquido incluido.
6-Salto del Guayabo	78.00	Visita Casa Campesino, Sendero Ecológico de Complejidad media, con vista a dos Saltos de Agua incluyendo el más alto de Cuba, Almuerzo con Líquido incluido, Naturaleza y observación de aves en el sendero.
7-Jeep Safari a Gibara	93.00	Paseo en lanchas, Visita a un centro Genético el Vapor, visita al Museo de Ciencias Naturales, Almuerzo en el Faro con Líquido incluido.
8-Challenge 4x4	93.00	Paseo en lanchas, Casa Campesino, Show, cabalgata, y Almuerzo en Bariay con Líquido incluido, Visita al Cerro de Yabason un Mogote de Piedra con gran Visual, hacia el Campo cubano, Visita a una Escuela.
9- Observación de Aves silla de Gibara	67.00 y 122.00	Visita al Sendero las Tinajitas, en la Silla de Gibara, Refrigerio, Observación de aves, El tocororo, la Cartacuba, el Tomeguín entre otras. Esta opcional también puede ser exclusiva para un adulto.
10- Baracoa 1/ día	150.00	Visita al Sendero parque Humboldt, paseo en Cayuca con almuerzo en Rancho Toa, y visita Panorámica a la ciudad de Baracoa.

Opcional	Precio Público	Idea del Producto (mínimo 2 pax)
11- Visita al Parque Humboldt.	116.00	Visita a los Sendero parque Humboldt, incluyendo uno en Bote, donde tienen la posibilidad de ver el Manatí, Almuerzo en el Hotel Miraflores con un líquido incluido.
12-Pesca Agua dulce en Tunas	197.00	Recogida en Jeep a la Hora Convenida, Traslado hasta la Presa el Leonero, Pesca en lancha guiados por un pescador profesional, posible capturas de ejemplares hasta de 15 libras. 6 Líquidos incluidos.
13-Jeep Safari a Banes	93.00	Travesía en Jeep Safari por el campo cubano bordeando toda la costa del norte Banense, Visita al Faro de Lucrecia, Almuerzo con Liquido en Banes, Visita Opcional al Museo indocubano-Bani, Paseo en lanchas.
14-Jeep Media Jornada	49.00	Jeep safari por el Campo de la zona, Visita a la casa del campesino del Frutal y el sendero del Cerro.
15-Saetia +Pinares Combinando Naturaleza	147.00	Visita Sendero Salto del Guayabo, Jeep Safari en Cayo Saetía con Almuerzo Buffet de Carnes exóticas. Podrán disfrutar de la Naturaleza de Pinares y la Fauna de Cayo Saetía.
16-Gran Piedra	97.00	Recorrido en Jeep hasta Santiago de Cuba, Visita panorámica por la Ciudad de Santiago, Sendero de a la casa la Isabelica.
17-Buceo Tanques Azules	183.00	Recorrido en Jeep hasta Caletones-Gibara, Tiempo de Buceo, refrigerio y Almuerzo en el faro.
18-Santiago un día exclusivo	157.00	Recorrido en Jeep hasta Santiago de Cuba, Visita a Biran, Vista panorámica Plaza de la Revolución, Moncada, Cementerio y Morro con Almuerzo.
19-Campaña 4 Veredas	49.00	Recogida en los hoteles en el trencito hasta la marina para realizar snorkeling, luego se traslada para casa del campesino donde se realizan varia actividades culturales con almuerzo criollo.
EXCURSIONES DOS DIAS		
1- Baracoa O/N	293.00	Visita al Sendero parque Humboldt, paseo en Cayuca con almuerzo en Rancho Toa, Museo Matachín, City Tour Baracoa, Alojamiento en hotel de la Ciudad, Retorno por Guantánamo con almuerzo, Loma de la Farola.
2-Pinares y Gran Piedra	237.00	Visita Sendero Salto del Guayabo de 1200 m, Sendero la Sabina, donde se puede observar la flor de Holguín y diferentes tipos de aves,

		orquideareo. Alojamiento en Pinares, Noche cubana, Desayuno en Hotel y salida para Gran Piedra, Sendero la Isabelica, Almuerzo con líquido incluido, City Tours Santiago.
EXCURSIONES DOS DIAS		
3- Saetía más Pinares O/N	271.00	Jeep Safari en Cayo Saetía con Almuerzo Buffet de Carnes exóticas. Podrán disfrutar de la Naturaleza de Pinares en el Sendero la Sabina, Alojamiento, Noche Libre, Desayuno y Visita al Salto del Guayabo, con Sendero de 1200 m, Traslados hasta la Finca Alcalá, Casa De Campesino, Cabalgata y Almuerzo con un Líquido incluido.
4-Pinares y Parque Humboldt	245.00	Visita Sendero Salto del Guayabo de 1200 m, Sendero la Sabina, donde se puede observar la flor de Holguín y diferentes tipos de aves, orquideareo, Almuerzo en Pinares, Alojamiento en Hotel Miraflores, Noche libre, Desayuno en Hotel, Almuerzo a Bordo y salida para Parque Humboldt, Donde realizaran los dos senderos.
6-Granma, Historia y Naturaleza	267.00	Recorrido en Jeep hasta la ciudad de Bayamo paseo en coche, Visita museo de Cera, Almuerzo, Traslado hasta niquero. Visita a la De majagua, visita a la Casa Natal de Celia Sánchez, Alojamiento en el Hotel Niquero, Visita al Parque Nacional Desembarco del Granma.
CIRCUITOS		
1-Pico Turquino	373.00	Salida de los Hoteles a la hora convenida, Recorrido en Jeep hasta la ciudad de Bayamo City tours por la ciudad, Traslado hasta Santo Domingo, Alojamiento, Noche libre, Ascenso al Pico Turquino, eco alojamiento en Aguada de Joaquín, descenso, Almuerzo y retorno.
2-Saetia + Pinares	311.00	Alojamiento primer día en el Mirador de Mayabe, Noche libre, Desayuno y salida para Jeep Safari en Cayo Saetía con Almuerzo Buffet de Carnes exóticas. Tiempo de Playa, Podrán disfrutar de la Naturaleza de Pinares en el Sendero la Sabina, Alojamiento, Noche Libre, Desayuno y Visita al Salto del Guayabo, con Sendero de 1200 m, Visita al Batey de Birán, Traslados hasta la Finca Alcalá, Casa De Campesino, Cabalgata y Almuerzo con un Líquido incluido.
3-El Techo de Cuba	1082.00	1er Alojamiento en Sierra maestra, paseo en coche, city tours. 2do y 3er día, Ascenso al Pico Turquino, eco

		<p>alojamiento en Aguada de Joaquín, descenso.</p> <p>4to Traslado para Santiago de Cuba Almuerzo en el Saltón, Alojamiento en villa San Juan, Casa de la trova opcional.</p> <p>5to día city tour Santiago con Cementerio, Moncada, Delfinario y almuerzo en casa de Rolando.</p> <p>6to día traslado Pinares de Mayarí, Senderos la Sabina y Posa de Rafael con Baño, Almuerzo, noche Libre.</p> <p>7mo día Salto del Guayabo con Baño en la Cascada.</p> <p>8vo día Traslado hasta la Finca Alcalá, Con Casa del Campesino, Cabalgata y Almuerzo.</p> <p>5to día city tour Santiago con Cementerio, Moncada, Delfinario y almuerzo en casa de Rolando.</p> <p>6to día traslado Pinares de Mayarí, Senderos la Sabina y Posa de Rafael con Baño, Almuerzo, noche Libre.</p> <p>7mo día Salto del Guayabo con Baño en la Cascada.</p> <p>8vo día Traslado hasta la Finca Alcalá, Con Casa del Campesino, Cabalgata y Almuerzo.</p>
--	--	---

Fuente: Ecotur Oriente. Catálogo de opcionales 2015-2016

Anexo 4

Tabla 3. Correspondencia de las preferencias de los turistas estadounidenses con las condiciones turísticas del destino Holguín

Variables	Preferencias de los turistas estadounidenses	Destino Holguín
Actividades que les gusta realizar a los turistas durante sus viajes	Compras 77%	Centros comerciales y tiendas ubicadas en todos los hoteles y en la ciudad, con ofertas especiales basadas en los rasgos de la cubanía (guayaberas, tabacos, discos musicales). Importantes exponentes de la artesanía local y ventas. Se requiere de mayor ampliación y diversidad del surtido de esta red de ventas.
	Visitas a ciudades pequeñas en el campo 46%	Pinares Mayarí y el Salto del Guayabo son sitios con importantes atractivos naturales incluidos en la excursión The Grand Safari en la cual los visitantes visitan la comunidad aledaña a estos atractivos e intercambian con sus pobladores. Boca de Samá incluida en la excursión Green and Blue exclusivo en la cual los visitantes intercambian con la comunidad de pescadores de la zona y la excursión Challenge 4x4.
	Visita a lugares históricos 42%	Cayo Bariay, lugar del desembarco de Cristóbal Colón; Birán, sitio natal del Comandante en Jefe Fidel Castro Ruz; Casa Natal de Calixto García; Museo de Historia La Periquera, entre otros.
	Experiencia en alta gastronomía 41%	Restaurantes especializados en los hoteles del destino que operan acorde a las tendencias gastronómicas actuales. Algunos ofrecen alta gastronomía como ciertos restaurantes del hotel Río de Oro Resort & Spa y otros buenos intentos en la ciudad de Holguín. De igual manera se requiere mejorar la oferta extrahotelera ya que es aún insuficiente en cantidad,

		variedad y calidad. El servicio extrahotelero debe ser más amplio y diferenciado.
	Visita guiada 39%	El destino cuenta con diversas opcionales guiadas que les permite recorrer ciudades como Holguín, Banes, Gibara. Además cuenta con excursiones guiadas a sitios con grandes valores naturales y en el caso del buceo, ofrece actividades en las que siempre tendrán un guía o instructor.
	Galerías de arte, museos 34%	Galería de Arte Casa del Artesano (Gibara), Museo Provincial de Ciencias Naturales Carlos de la Torre y Huerta (Holguín), Museo de Historia Natural y Arte Colonial (Gibara), Museo de Historia La Periquera (Holguín), Museo Indocubano Baní (Banes), etc.
	Monumentos del Patrimonio Cultural 31%	Chorro de Maíta, cementerio aborigen; Gibara, la Villa Blanca; Holguín, la ciudad de los parques; Banes, Birán, la Aldea Taína, etc.
	Parques Nacionales/ Monumentos 31%	Parque Monumento Nacional Bariay, Monumento Nacional Casa Natal de Calixto García, Parque Natural Alejandro de Humboldt y los parques nacionales Pico Cristal y Mensura-Piloto.
	Vida nocturna	En Holguín existen numerosos centros de ocio nocturno como El Club Siboney, El Benny, La Casa de la Música Holguín, La Bolera, La Begonia, Pico Cristal que cuenta con una cafetería, y una discoteca, La Marieta, El Guayabero, El Cabaret Nocturno, el Ilé de la Rumba, etc.
	Buceo, paseos en bote	La Marlin S.A y la Marina Gaviota llevan a cabo actividades de buceo en dos momentos del día y el destino cuenta con la opción única del Tanque Azul de Caletones-Gibara, una caverna inundada. La Náutica y Marinas Marlin S.A ofrece la posibilidad al Todo Incluido de disponer de diversos medios náuticos como son:

		catamarán, windsurfing, kayak, botes, bicicletas acuáticas y un sin número de medios para la realización del snorkeling.
Variables	Preferencias de los turistas estadounidenses	Destino Holguín
Tipología de Alojamiento preferido	Los viajeros estadounidenses prefieren hoteles de lujo y resorts (26%) y existen segmentos que prefieren las casas de renta	2 hoteles 5 estrellas 8 hoteles 4 estrellas Río de Oro es un hotel de lujo, Meliá con SPA y planta real incluida, 2 garden villa y una planta real. Además en caso de otras preferencias el destino cuenta con variadas instalaciones hoteleras de menor categoría y 529 casas de renta distribuidas en las localidades más vinculadas a las zonas turísticas.
Promedio de días del viaje turístico	Estancia media de 18.3 días	Suficientes atractivos e infraestructura para una larga estancia.
Uso de Internet y las nuevas tecnologías para informarse y seleccionar el destino del viaje	Los viajeros estadounidenses usan su celular el 60% del tiempo y su computador el 40% restante. Además como fuente de inspiración del viaje la Internet representa un 61% y como fuente para planificar el viaje un 80%, en ambos casos acompañada de la opinión de familiares y amigos, los folletos	Toda la información sobre el destino Holguín se puede encontrar en la mayoría de los sitios de Internet que promocionan el destino Cuba; en el sitio www.holguin.travel ; en los sitios web de las agencias de viaje y hoteles del destino, además una vez en Holguín pueden informarse en las AA.VV; y en revistas y guías turísticas como Auténtica Cuba, no obstante son insuficiente las facilidades tecnológicas para acceder a la información que demanda el cliente especialmente en los teléfonos inteligentes.

	informativos y la TV principalmente.	
Variables	Preferencias de los turistas estadounidenses	Destino Holguín
Uso de Internet y las nuevas tecnologías para reservar el viaje	Internet es empleada como método para realizar reservas por un 40% de la población que realiza viajes internacionales.	Los viajeros estadounidenses pueden reservar el destino a través del banco de reservas por internet que toda agencia de viajes posee pero estos clientes pueden ser sometidos a fuertes sanciones de ser descubiertos por el Departamento del Tesoro de su país.
Motivo principal del viaje	Ocio, tomar un descanso realizando actividades de su preferencia incluye al 59% de ellos	Amplia red hotelera y extrahotelera, ofertas de paquetes todo incluido y excursiones diversas; playas, sitios histórico-patrimoniales, culturales, arqueológicos y naturales, actividades náuticas, entre otros atractivos para satisfacer las actividades de su preferencia relacionadas con los deportes acuáticos, el intercambio cultural y educativo aunque son insuficientes las ofertas para satisfacer otras actividades que les gusta realizar como ir de compras y tener experiencias en alta gastronomía.
	Pasar el tiempo con familia y amigos 38%	El destino cuenta con varios hoteles que trabajan fundamentalmente el segmento de familias, además el cliente siempre va a poder visitar otras instalaciones con ofertas variadas para el disfrute de la familia y amigos. Atractivos en la ciudad y sitios de ocio diurno y nocturno.
Compañía que tendrá en el viaje	La mayoría viajan solos 58%, en pareja 27% y con familiares 15%.	Todos los hoteles del destino son ideales para el viajero solitario y otros que deciden viajar en familia, pues ofrecen variedad de actividades para niños y adultos. Hoteles como Paradisus Río de Oro Resort & Spa y Playa Pesquero

		operan entre otros, el segmento de pareja con la diferencia de que el primero es solo para este segmento y el otro admite niños porque opera además el segmento de familia. Por otra parte el destino cuenta con numerosas casas de renta que pueden ser opciones para la estancia y el disfrute de estos clientes.
Variables	Preferencias de los turistas estadounidenses	Destino Holguín
Idiomas más utilizados por los residentes	El 82.1% de la población habla inglés y el 10.7% habla español.	Los recursos humanos del sector turístico del destino cuentan con preparación idiomática fundamental del idioma inglés en su currículum. Es uno de los idiomas requeridos para iniciarse como trabajador en el sector. Además una parte considerable de la población del territorio cuenta con conocimientos del idioma inglés lo que contribuye a los intercambios entre turistas y pobladores cuando estos ocurren.
Evolución del tipo de cambio de la moneda	El dólar estadounidense es la moneda oficial de Estados Unidos (USD). Tasa de cambio 2016: 1 USD=0.8844 EUR, 1 USD=0.6857 Libras, 1 USD=0.9686 pesos convertibles.	La tasa de cambio en Cuba es desfavorable por el gravamen que se aplica de un 10%.
Vinculación aérea, terrestre o marítima y costos de	El mercado estadounidense no refiere condiciones particulares con	Holguín cuenta con el Aeropuerto Internacional Frank País. Existe conexión aérea directa a través de vuelos charters desde ciudades como Miami (todo el año) y Tampa (diciembre, julio y agosto). Por

transporte	respecto al transporte, se determina entonces que como tendencia del turismo Internacional actual, prefieren los vuelos directos que implican menor tiempo y costos.	consiguiendo el costo de transporte es menor a si no existieran vuelos directos.
Variables	Preferencias de los turistas estadounidenses	Destino Holguín
Gasto turístico general y promedio	El gasto promedio por viajero estadounidense fue de 3.204 dólares americanos por viaje realizado al exterior en 2014. Estados Unidos ocupa el segundo lugar en cuanto a gastos por turismo internacional.	Esta característica puede ser aprovechada por el destino, pues cuenta con productos de alto estándar: hoteles 5 estrellas y gran variedad de ofertas extrahoteleras como el delfinario y las excursiones a Cayo Saetía, Baracoa, Santiago de Cuba y La Habana, entre otros.

Fuente: Riquenes Gainza, 2016

Anexo 5

Tabla 4. Programa de actividades

Día1/hora	Actividades	Observación
12:30	Recogida en el aeropuerto Internacional Frank País	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Presentación del guía y del chofer (en idioma Inglés) ✓ Dinámica de integración
13:00-14:15	Visita a la Loma de la Cruz y Almuerzo en el restaurante.	<ul style="list-style-type: none"> ✓ El turista podrá recorrer el lugar y tomar fotografías. Después de almorzar se le entregará a cada cliente una réplica en miniatura de La Loma de la Cruz como recuerdo de la experiencia turística. 1 líquido incluido
14:15-15:15	Recogida y trayecto hacia Gibara	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Admiración de Flora y Fauna Típica de la zona
15:15-17:30	Visita a la ciudad de Gibara	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Mirador Los Caneyes, Fábrica de tabaco, Cueva de los Panaderos calles principales, área litoral de la ciudad, permitiendo contemplar la cotidianidad de la población local
17:45-20:10	Alojamiento en hotel Ordoño	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Tiempo libre y cena típica gibareña en el restaurante del hotel
20:20	Visita al centro cultural Batería Fernando VII	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 1 líquido o Coctel incluido
00:00	Retorno al Hotel Ordoño	
Día 2		
7:00-7:45	Desayuno en el restaurante del hotel	
7:45-8:00	Check out	
8:00-8:45	Recogida y traslado al sendero Las Tinajitas(Silla de Gibara)	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Admiración de Flora y Fauna Típica de la zona
8:45-10:45	Visita al sendero Las Tinajitas	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Admiración de Flora y Fauna Típica de la zona ✓ Recorrido por una cueva ✓ Apreciación de paisajismos desde

		mirador natural
10:45-11:30	Traslado al parque Bariay	✓ Admiración de Flora y Fauna Típica de la zona
11:30-13:50	Visita al parque Bariay	✓ Cabalgata o monta en yunta de bueyes, visita al monumento "Encuentro entre Dos Culturas", casa del campesino apreciación de show cultural, almuerzo en restaurante "Columbus" con 1 líquido incluido
13:50-14:30	Traslado al Hotel Brisas Guardalavaca	✓ Admiración de Flora y Fauna Típica de la zona
14:35	Alojamiento en Hotel Brisas Guardalavaca	✓ Disfrute de las actividades del hotel Todo Incluido. Sol y Playa. Compra de artesanías. Cena en restaurante especializado. Actividades nocturnas del hotel
Día 3		
7:40-8:30	Desayuno en el hotel	
9:05	Recogida en el hotel y traslado hacia el delfinario Bahía de Naranjo	✓ Navegación en lancha, con barra abierta
10:00-13:30	Visita al Acuario Bahía de Naranjo	✓ Disfrute de show de delfines y leones marinos ✓ Nado con delfines ✓ Almuerzo en restaurante de comida marinera. 1 líquido incluido
13:30-13:55	Traslado hacia el Museo Chorro de Maíta y Aldea Taína	✓ Admiración de Flora y Fauna Típica de la zona
14:00-15:15	Visita al Museo Chorro de Maíta y Aldea Taína	✓ Admiración de los exponentes del museo ✓ Recorrido guiado por la aldea
15:15-15:30	Traslado hacia la marina de Boca de Samá	✓ Admiración de Flora y Fauna Típica de la zona
15:30-16:30	Visita a la marina y poblado de Boca de Samá	✓ Visita a la comunidad de pescadores, escuela primaria y consultorio médico de la familia

		✓ Paseo en lanchas acuáticas durante 30 minutos
16:30-16:50	Traslado hacia el Hotel Brisas Guardalavaca	✓ Admiración de Flora y Fauna Típica de la zona
16:55	Alojamiento en Hotel Brisas Guardalavaca	✓ Disfrute de las actividades del hotel Todo Incluido. Sol y Playa. Cena en restaurante especializado. Compra de artesanías. Actividades nocturnas del hotel
Día 4		
7:00-7:40	Desayuno en el hotel	
7:40-7:55	Check out	
7:55-8:15	Traslado hacia la finca "El Frutal"	✓ El guía incitará al canto de música tradicional cubana más conocida por los visitantes ✓ Admiración de Flora y Fauna Típica de la zona
8:15-8:45	Visita a la finca "El Frutal"	✓ Los clientes podrán disfrutar del sabroso café y presenciar los atractivos de la finca.
8:45-9:45	Traslado hacia la ciudad de Antilla	✓ Admiración de Flora y Fauna Típica de la zona
9:00-9:30	Visita a Antilla	✓ Contacto con la comunidad
9:30-10:25	A bordo de embarcación y navegación hasta Cayo Saetía	✓ Navegación en catamarán, con barra abierta ✓ <i>Snorkeling</i>
10:25-16:00	Disfrute de los atractivos de Cayo Saetía	✓ Almuerzo Buffet con 1 líquido incluido
16:00-17:15	Traslado hacia Villa Pinares de Mayarí	✓ Navegación en lancha, con barra abierta
17:20	Check in y disfrute de los atractivos de lugar	✓ Coctel de bienvenida. ✓ Cena, comida internacional
Día 5		
7:00-7:40	Desayuno	
7:40-7:45	Check out	
7:45-8:30	Traslado a través del Parque Natural	✓ Admiración de Flora y Fauna Típica de la zona

	Mensura-Piloto hacia el sendero Salto del Guayabo	
8:30-11:30	Visita al sendero Salto del Guayabo	✓ Disfrute de los atractivos del sendero.
11:30-13:00	Traslado hacia la finca La Ceiba	
13:00-15:00	Visita a la Finca La Ceiba	✓ Mesa Buffet de frutas tropicales ✓ Almuerzo típico campesino ✓ Disfrute de los atractivos de la finca
15:00-16:30	Traslado hacia Villa Mirador de Mayabe	✓ Admiración de Flora y Fauna Típica de la zona
16:30	Alojamiento en Villa Mirador de Mayabe	
18:00-23:00	Esparcimiento y disfrute de un guateque campesino en la finca Mayabe	✓ Cerdo asado en púa, baile y disfrute de la fiesta campesina amenizada con el órgano oriental o grupo musical
Día 6		
7:00-7:40	Desayuno	
7:40-7:55	Check out	
8:00-8:25	Traslado hacia el casco histórico de la ciudad de Holguín	
8:25-10:00	Recorrido por el casco histórico	✓ Caminatas por los parques principales de la ciudad ✓ Caminata por bulevares ✓ Plaza de la Marqueta
10:00-10:40	Recogida y traslado hacia el Aeropuerto Internacional Frank País	✓ Despedida y Cortesía

Anexo 6: Descripción de los atractivos propuestos a visitar:

Loma de la Cruz: El lugar más conocido de la ciudad, con sólo subir 458 escalones, se puede admirar la ciudad de Holguín y el paisaje que ofrece la pequeña elevación de 261 metros; aunque grande en historia y en hermosas leyendas. Testigo de importantes celebraciones socioculturales del país. En el área se encuentran majestuosos miradores, galería de arte y otras infraestructuras turísticas como restaurantes y comercios.

Centro Histórico de Gibara: La Comisión Nacional de Monumentos declaró al Centro Histórico de Gibara Monumento Nacional, atendiendo a sus valores urbanos y paisajísticos, así como el conjunto de importantes edificaciones que atesora. Fundada en el primer cuarto del siglo XIX, junto a la bahía de ese mismo nombre, posee un centro histórico de excepcionales cualidades urbanas y arquitectónicas. Entre sus características más relevantes se puede destacar su peculiar forma urbana, una clara persistencia de los patios coloniales, los zaguanes y otros elementos de la casa cubana tradicional. Posee una arquitectura que ha conservado los portales y columnas, frontones neoclásicos, formidables vidrieras de colores, rejas, persianas francesas y preciosas mamparas.

Fábrica de Tabacos Hilda Torres Bacallao: Se dedica a elaborar Tabacos de Exportación. Ubicada en el extremo occidental de la ciudad de Gibara, la misma se dedica a la fabricación de los tabacos: Prominente, Julieta No. 2, Corona, Corona Grande, Edmundo, Robusto, Crema, Mareva, Coronita y Perla. Su producción es exportada a España, Francia, Turquía e Italia fundamentalmente. Los clientes recibirán una explicación sobre el proceso de elaboración del tabaco.

Mirador Los Caneyes: Constituye un balcón de la ciudad, unido a los Restos del Sistema Defensivo de la Ciudad, esta zona posee una altitud de 23m sobre el nivel del mar, delimitando el Centro Histórico del resto de la ciudad. Las imágenes que proyecta son de alto valor paisajístico, en una mezcla de elevaciones, el mar y la ciudad antigua.

Cueva de los Panaderos: El sendero está diseñado en dos partes, una ecológica propiamente dicha con un recorrido total desde la entrada del

sendero hasta la boca de la caverna de 360m y otra espeleológica con un recorrido aprobado hasta el momento de 280m (la cueva tiene 2Km tipografiados, con áreas de interés en la que se puede ampliar el recorrido hasta los 750m). La caverna tiene cuatro niveles como el primero de los cuales está ocupado por las aguas del nivel freático que forman pequeños lagos de agua fría y cristalina. En la caverna existe una fauna peculiar donde se destacan cuatro especies de murciélagos. En toda la caverna se evidencia la formación de estalactitas y estalagmitas, cuando estas se fusionan crean columnas, existiendo columnas que datan de cientos de miles de años. También aparecen evidencias arqueológicas de una cultura antigua de filiación pescadora y recolectora que debieron habitar en esta zona de la caverna hace unos cuatro mil años atrás.

Hotel Ordoño: Situado en Gibara, pueblo de pescadores a 32 km de la ciudad de Holguín, en un entorno natural en el cual historia, arquitectura, urbanismo y naturaleza se mezclan y dan como resultado uno de los más notables centros históricos cubanos del siglo XIX, declarado monumento nacional y que atesora apasionantes leyendas e historias desde su fundación en 1817. Perteneciente a la cadena Hoteles E y ubicado en la edificación más alta de la ciudad que data del 1927, en la que se realizó un excelente trabajo de restauración. El Hotel Ordoño constituye una joya de la arquitectura local, donde confluyen valores patrimoniales excepcionales, el confort moderno y un servicio personalizado en un ambiente ideal para aquellos que buscan el descanso en un entorno que asegura al visitante experiencias memorables.

Centro Cultural Batería Fernando VII: Construida en 1817 dando origen a la construcción de la ciudad, en ella se encuentran réplicas de cañones usados en los combates del siglo XIX, tiene un muro que sirve de malecón donde se observa la Bahía y el paisaje que cubre el fondo de la misma, dentro de la batería existe la casa de La Historia del Tabaco donde se exhiben fotos, folletos, imágenes, documentos comerciales etc. Dentro de este histórico lugar existe un establecimiento de la cadena ARTEX que presta servicio con una variada oferta gastronómica que incluye un cóctel y plato típico del lugar así como venta de bebidas, jugos y refrescos, presta servicio diurno y nocturno en

CUC, la música que se escucha en esta área es Música Tradicional Cubana y se hacen actividades de recreación con talentos artísticos en todas sus modalidades.

Sendero Las Tinajitas: El producto Sendero Ecológico “Las Tinajitas” constituye una opcional del destino Base de Campismo “Silla de Gibara”. Insertado dentro de un contexto paisajístico único, cerros cársicos de Maniabón, con visuales de 360°, cuyo punto culminante está situado en una de las mayores alturas del territorio. Utilización de la cultura rural y el uso de tipologías campesinas en el recorrido del sendero y el centro del visitante. La lírica tradicional cubana inspirada en los valores naturales locales es tomada como hilo conductor durante trayecto. Una parte del recorrido se efectúa por el interior de una cueva.

Parque Bariay: Representa un atractivo de alto interés histórico – contemplativo y turístico, ubicado en áreas del escenario donde el Almirante Cristóbal Colón fondeó sus naves el 27 y 28 de Octubre de 1492 en nuestra isla, donde se puede apreciar el paisaje que motivó sus palabras cuando exclamó: “... esta es la tierra más hermosa que ojos humanos hayan visto...”. Este territorio, además de sus valores históricos, cuenta con valiosos recursos naturales representados por 400 m lineales de playa en forma de pequeñas conchas acantiladas, vegetación costera con interesantes especies de la flora y la fauna, una zona de abundantes cocoteros y de atractivos paisajísticos de las bahías de Jururú y Bariay. La fauna está representada por más de 140 especies, destacándose las aves con 40, los moluscos con 52 y las mariposas con 30. Constituye una oferta exclusiva para el turismo histórico, además de ofrecer sol y playa, naturaleza y posibilidades para el recorrido.

Monumento Conmemorativo “Encuentro entre dos Culturas”: Este sitio donde se erigió el monumento se llama Punta de Sabaneta, se encuentra al este de Cayo Bariay, fue seleccionado por encontrarse en la boca de la bahía, junto al Atlántico, lo que le imprime una peculiar belleza paisajística al mezclarse la obra escultórica y arquitectónica con la naturaleza cubana y el azul del océano.

Acuario Bahía Naranjo: El Acuario Bahía de Naranjo ofrece shows de leones marinos y delfines. También organiza safaris, bojeos por el litoral y pesca de altura y ligera. Cuenta además con restaurantes especializados en platos marineros y comida criolla, bar y cabaña para alojamiento.

Museo Chorro de Maíta: Ubicado en el sitio donde fue encontrado el primer cementerio aborigen y mayor recinto de ese tipo en las Antillas. Atesora una amplia variedad de evidencias materiales de la cultura aborigen elaboradas en oro o con la utilización de conchas, el sílex y la cerámica, entre los que se incluyen objetos únicos. Arqueología funeraria aborigen. Ídolos y cerámicas. Declarado Monumento Nacional, el sitio funerario de Chorro de Maíta se constituyó en museo y centro de investigaciones arqueológicas, que está abierto para todos los interesados.

Aldea Taina: Parque tematizado, que recrea un asentamiento de los primeros pobladores de esta zona. En ella se pueden apreciar construcciones típicas aborigen así como esculturas a tamaño real de hombres, mujeres, niños y animales que simulan la cotidianidad vivida en un asentamiento de este tipo, además de que se muestran detalles específicos de las funciones que tenían cada uno de los integrantes dentro de la comunidad. También en el parque se encuentran infraestructuras turísticas como bar y restaurante.

Boca de Samá: Asentamiento rural perteneciente al municipio Banes, en la provincia oriental Holguín. En la costa noroeste de Oriente la primera irregularidad que aparece es la Bahía de Samá. Su entrada tiene la apariencia de un río, debido a la forma de su boca y las elevaciones que la flanquean. Quizás fue por allí por donde llegaron algunos grupos aborígenes pertenecientes a la cultura aruaca, que dieron lugar desde el siglo VIII a la sociedad subtaína que pobló toda esta región.

Hotel Brisas Guardalavaca: Institución turística, próximo a Bariay; funciona bajo la modalidad Mega Todo Incluido y tiene categoría cuatro estrellas. Cuenta con una amplia gama de instalaciones, con alto valor arquitectónico, posee 237 habitaciones y una amplia gama de servicios y variada oferta entre los que se en cuenta el disfrute de maravillosas playas, gimnasio, peluquería, lavandería y

tintorería, bares, enfermería. Perfecto para combinar historia y tradiciones cubanas con un servicio de excelencia.

Finca El Frutal: Auténtica finca campesina localizada en el cerro de Yaguajay provista de diversos valores naturales y culturales que incitan a los visitantes a experimentar como es la vida cotidiana de los pobladores de los campos cubanos. La misma posee una amplia variedad de flora frutal, medicinal y ornamental, además de la presencia de ejemplares de animales de cría. También cuenta con una ubicación privilegiada por hermosos paisajes.

Ciudad de Antilla: Municipio más pequeño de la provincia de Holguín y uno de los más pequeños de Cuba. Es famosa desde tiempos lejanos por su belleza, leyendas y aspecto original. Por sus bellezas naturales en especial en la zona del Ramón el municipio ofrece una gran potencialidad para el desarrollo turístico perceptivo para lo que existen planes de construcción de hoteles y otras instalaciones de servicio.

Cayo Saetía: Constituye un área de gran belleza, determinada por una variedad de plantas, animales y rocas. Uno de los paisajes y elementos naturales que más destacan para su aprovechamiento turístico es el formado por sus playas, con caletas acantiladas sobre rocas carbonatadas, esto constituye una exclusividad del Cayo. La plataforma submarina que rodea el cayo guarda incalculables recursos, en especial los arrecifes y bancos coralinos, así como grandes poblaciones de peces tropicales que hacen de él un sitio muy favorable para las actividades subacuáticas, la existencia de diferentes fuentes exóticas de mamíferos y aves, como el venado de cola blanco, antílopes, cebras y guacamayos, favorece el desarrollo de distintas opciones vinculadas al turismo: contemplación, filmación y fotografía, safaris, etc.

Villa Pinares de Mayarí: Villa Pinares de Mayarí oferta alojamiento, comidas a la carta, bebidas nacionales e internacionales, actividades diurnas dentro de las que se encuentran senderismo, trekking, hiking y observación de aves y actividades nocturnas con animación en vivo. Deportes al aire libre como el voleibol, tenis de campo, baloncesto y muchas sorpresas más que hacen de la

Villa un paraíso ideal para solteros, parejas y familias que aman la naturaleza y la tranquilidad.

Parque Nacional la Mensura: Se ubica en la Meseta de Pinares de Mayarí dentro del conjunto geográfico Sierra de Nipe, a más de 700 m sobre el nivel del mar. Desde el punto de vista florístico es una de las regiones más interesantes del archipiélago cubano por su riqueza de endémicos, con algo más de 445 especies, en una cobertura vegetal constituida por pinares originales, charrascales, bosques siempre verde mesófilos, entre otros. La biodiversidad de la fauna está representada por el reporte de más de 90 especies de aves con 21 endémicos cubanos.

Sendero Salto del Guayabo: Situado a una altitud de 546 metros sobre el nivel del mar, el Salto del Guayabo está formado por dos saltos de agua con caídas verticales de 85 y 127 metros, respectivamente, y los senderos que conducen hasta la cúspide donde se produce la caída libre, y hasta donde se unen ambas cascadas. Las aguas cristalinas del río que también lleva el nombre de Guayabo se precipitan en cascadas de manera estrepitosa y caen entre montañas ofreciendo una vista espectacular.

Finca La Ceiba: Auténtica finca campesina localizada en el poblado de Tacámara, municipio Báguano, provista de diversos valores naturales y culturales que incitan a los visitantes a experimentar como es la vida cotidiana de los pobladores de los campos cubanos. La misma posee una amplia variedad de flora frutal, medicinal y ornamental, además de la presencia de ejemplares de animales de cría. También cuenta con una ubicación privilegiada por hermosos paisajes.

Villa Mirador de Mayabe: Esta instalación se encuentra en el municipio Holguín y cuenta con numerosos atractivos, tanto naturales como antrópicos, entre los cuáles se destacan: el muy conocido burro “Pancho”, quien representa el estandarte y símbolo de este producto turístico, además el sitio cuenta con un numeroso esplendor de la flora y la fauna, los cuales permiten la interacción entre los turistas con el medio que los rodea, así como el majestuoso panorama que se divisa desde sus balcones. Cabe añadir que la instalación también cuenta con restaurant, parrillada, cava, servibar, bar-

piscina, piscina, shopping y un excelente espacio que refleja y recrea la tradicional y cubanísima campiña cubana. La profesionalidad que caracterizan a los trabajadores de dicho centro, hacen posible la ocurrencia de impactos positivos en los clientes, quienes generan altos niveles de satisfacción.

Casco Histórico del municipio Holguín: “Ciudad de los parques”, Fundada el 4 de abril de 1545 por el Capitán García Holguín, es la única ciudad cubana cuyo centro está marcado por la existencia de varios parques.

Centro Cultural Plaza de la Marqueta: A un lado del Parque Calixto García y como parte del sistema de plazas que caracteriza Holguín, se localiza este armónico conjunto arquitectónico que fue inaugurado en 1848 con el nombre de Plaza O Donell, respondiendo a las necesidades de un mercado en la ciudad, en la manzana que comprenden las calles Mártires, Martí, Máximo Gómez y Luz Caballero. En los corredores funciona una antigua imprenta, bazares para la exposición y venta de obras de artesanos, artistas de la plástica y escritores, un taller de grabado y una galería de arte.

Anexo 7

Tabla 5. Cotización Alternativa

Mínimo Pax	Costo x Pax CUC	Precio Agencia Ecotur CUC	Utilidad x Pax
* 2-5	635.62	848.00	212.43
10	576.84	770.00	192.84
16	548.28	732.00	183.32
25	525.38	701.00	175.69
35	514.30	686.00	171.99

* En caso de que se compre el producto mínimo 2 a 5 pax se mantiene el precio de venta para 2 pax y se realiza todo el recorrido en dos jeep 4x4. No se utiliza microbús ni tren turístico.

La realización del producto a partir de 10 pax se mantiene íntegra, solo se sustituyen los jeeps 4x4 por bus que tengan la capacidad solicitada. Además los hoteles Cubanacán descuentan el 50% a guías y choferes con grupos de más de ocho pax.

Anexo 8

Tabla 6. Identificación de los impactos ambientales del producto

Actividad	Aspecto Asociado	Impacto Ambiental	Carácter del impacto	Valoración del impacto
Transportación de los clientes	Consumo de electricidad por recargas de baterías y luminarias	Reducción de la disponibilidad del recurso energético(petróleo)	Negativo	Alto
	Consumo de agua tratada para baterías	Reducción de la disponibilidad del recurso natural(agua)	Negativo	Bajo
	Consumo de grasas	Reducción de la disponibilidad de recurso natural(hidrocarburos)	Negativo	Moderado
	Consumo de neumáticos (gomas)	Reducción de la disponibilidad del recurso natural(forestales e hidrocarburos)	Negativo	Moderado
	Consumo de piezas de repuesto	Reducción de la disponibilidad del recurso natural (minerales e hidrocarburos) y para la industria)	Negativo	Moderado
Limpieza de las áreas	Consumo de agua y energía	Reducción de la disponibilidad de los recursos naturales agua y energía	Negativo	Moderado
	Utilización de diversas sustancias peligrosas	Afectaciones a la capa de ozono	Negativo	Moderado
Servicio de recreo y ocio para el cliente	Consumo de energía, agua y materias primas	Agotamiento de recursos naturales (energía, agua)	Negativo	Alto
	Generación de residuos sólidos	Contaminación de las agua y del suelo	Negativo	Alto
Reparaciones y mantenimiento de inmuebles	Uso de materias primas y materiales e insumos	Generación de residuos sólidos, gasto de recursos y energía	Negativo	Bajo

Anexo 9

Instrumento aplicado a especialistas y clientes potenciales

Fecha:

Estimado (a):

La Universidad de Holguín está llevando a cabo una investigación relacionada con la pertinencia del producto turístico “La tierra más hermosa...” en cuanto a la calidad, atractividad y aptitud del mismo. Es por ello un honor el contar con su criterio y experiencia, en búsqueda de lograr un producto interesante y merecedor de toda aprobación.

Día 1

RECEPCIÓN EN EL AEROPUERTO INTERNACIONAL FRANK PAÍS

Recibimiento por el guía de turismo en el aeropuerto internacional Frank País de la ciudad de Holguín. El retorno a casa también será a través del mismo.



TRANSFER HACIA LA LOMA DE LA CRUZ

Microbús climatizado donde seguridad y confort son garantía.



LOMA DE LA CRUZ

Visita a la Loma de la Cruz, símbolo de la ciudad holguinera. Usted podrá recorrer el lugar y tomar fotografías. Después de almorzar en el restaurante allí ubicado, le será entregada una réplica en miniatura de “La Loma de la Cruz” como recuerdo de la experiencia turística.



TRANSFER HACIA LA CIUDAD DE GIBARA

CENTRO HISTÓRICO DE LA CIUDAD GIBARA

Ciudad Portuaria declarada Monumento Nacional, atendiendo a sus valores urbanos y paisajísticos, así como el conjunto de importantes edificaciones que atesora. Fundada en el primer cuarto del siglo XIX, posee un centro histórico de excepcionales cualidades urbanas y arquitectónicas.



MIRADOR LOS CANEYES

Constituye el balcón con la mejor vista de la ciudad, esta zona posee una altitud de 23m sobre el nivel del mar. Las imágenes que proyecta son de alto valor paisajístico, en una mezcla de elevaciones, el mar y la ciudad antigua.



FÁBRICA DE TABACOS HILDA TORRES BACALLAO

Se dedica a elaborar Tabacos de Exportación. Ubicada en el extremo occidental de la ciudad de Gibara, la misma se dedica a la fabricación de tabacos de excelente calidad y prestigio. Allí usted recibirá una ilustración sobre el proceso de elaboración del tabaco y podrá elaborar algunos personalmente.



CUEVA DE LOS PANADEROS

El sendero está diseñado en dos partes, una ecológica con un recorrido total desde la entrada del sendero hasta la boca de la caverna de 360m y otra espeleológica con un recorrido de 280m. La caverna tiene formados pequeños lagos de agua fría y cristalina. Durante el recorrido experimentará una mágica aventura entre



estalagmitas, estalactitas, flora y fauna cavernícola.

TRANSFER HACIA EL HOTEL ORDOÑO

ALOJAMIENTO HOTEL ORDOÑO

Ubicado en la edificación más alta de la ciudad que data del 1927, el Hotel Ordoño constituye una joya de la arquitectura local, donde confluyen valores patrimoniales excepcionales, el confort moderno y un servicio personalizado en un ambiente ideal para aquellos que buscan el descanso en un entorno que asegura al visitante experiencias memorables. En el mismo usted disfrutará una cena típica gibareña.



CENTRO CULTURAL BATERÍA FERNANDO VII

Construida en 1817 dando origen a la construcción de la ciudad, en ella se encuentran réplicas de cañones usados en los combates del siglo XIX, tiene un muro que sirve de malecón donde se observa la Bahía y el paisaje que cubre el fondo de la misma. Además podrá disfrutar de shows artísticos y de un sabroso coctel cubano.



Día 2

DESAYUNO Y CHECK OUT EN EL HOTEL ORDOÑO

Desayuno Americano
¡Delicioso!



TRANSFER EN JEEP 4X4 HACIA EL SENDERO LAS TINAJITAS

¡Deseas conducirlo, claro que puedes!



SENDERO LAS TINAJITAS

Visita al sendero Las Tinajitas, donde usted podrá disfrutar de variados atractivos como: una cueva, exuberante vegetación y fauna, y de un impresionante mirador natural con la Silla de Gibara como testigo de su aventura.



TRANSFER EN JEEP 4X4 HACIA EL PARQUE MONUMENTO NACIONAL BARIAY

PARQUE MONUMENTO NACIONAL BARIAY

Representa un atractivo de alto interés histórico – contemplativo y turístico, ubicado en áreas del escenario donde el Almirante Cristóbal Colón fondeó sus naves el 27 y 28 de Octubre de 1492 en nuestra isla, donde se puede apreciar el paisaje que motivó sus palabras cuando exclamó: "... esta es la tierra más hermosa que ojos humanos hayan visto...". Usted participará de un show cultural donde gozará de los bailes y ceremonias típicas de los primeros pobladores de la isla.



MONUMENTO CONMEMORATIVO ENCUENTRO ENTRE DOS CULTURAS

Este sitio donde se erigió el monumento, representa el encuentro entre El Viejo y El Nuevo Mundo, es muy interesante por encontrarse en la boca de la bahía, junto al Atlántico, lo que le imprime una peculiar belleza paisajística al mezclarse la obra escultórica y arquitectónica con la naturaleza cubana y el azul del océano.



AGUA DE COCO

Cabalgata o monta en yunta de bueyes por todo el Parque Bariay, además podrá visitar una auténtica casa campesina para degustar una refrescante agua de coco. Seguidamente usted almorzará en el restaurante Columbus.



TRANSFER EN JEEP 4X4 HACIA EL HOTEL BRISAS GUARDALAVACA

ALOJAMIENTO HOTEL BRISAS GUARDALAVACA

Instalación turística, próximo a Bariay; funciona bajo la modalidad Mega Todo Incluido. Cuenta con una amplia gama de instalaciones y variada oferta como el disfrute de maravillosas playas y excelentes servicios hoteleros. Perfecto para combinar historia y tradiciones cubanas con un servicio de excelencia.



Día 3

DESAYUNO EN RESTAURANTE ESPECIALIZADO

TRANSFER EN TREN TURISTICO HACIA EL ACUARIO BAHÍA NARANJO

Durante el agradable recorrido podrá tomar fotografías e inspirarse a cantar canciones populares cubanas



ACUARIO BAHÍA NARANJO

Visita al Acuario Bahía de Naranjo iniciando la experiencia con una navegación en lancha a disposición de snack ligero. Estando en el lugar usted podrá disfrutar de espectaculares shows y nado con delfines. Además de acceder a un almuerzo en restaurante de comida marinera.



TRANSFER EN MICROBÚS HACIA EL SITIO ARQUEOLÓGICO CHORRO DE MAÍTA

MUSEO CHORRO DE MAÍTA

Ubicado en el sitio donde fue encontrado el primer cementerio aborigen y mayor recinto de ese tipo en las Antillas. Atesora una amplia variedad de evidencias materiales de la cultura aborigen elaboradas en oro o con la utilización de conchas, el sílex y la cerámica, entre los que se incluyen objetos únicos Declarado Monumento Nacional.



ALDEA TAINA

Parque tematizado, que recrea un asentamiento de los primeros pobladores de esta zona. En ella se pueden apreciar construcciones típicas aborigen así como esculturas a tamaño real de hombres, mujeres, niños y animales que simulan la cotidianidad vivida en un asentamiento de este tipo.



TRANSFER HACIA BOCA DE SAMÁ

BOCA DE SAMÁ

Visita al poblado y la marina en Boca de Samá, donde será estimulado al contacto con la comunidad de pescadores, escuela primaria y consultorio médico de la familia. También tendrá a su disposición motos acuáticas y todo lo necesario para la realización de excitantes actividades náuticas



TRANSFER HACIA EL HOTEL BRISAS GUARDALAVACA

ALOJAMIENTO EN HOTEL BRISAS GUARDALAVACA

Disfrute de las actividades del “Todo Incluido”. Sol y Playa, compra de artesanías, relajación. Cena en restaurante especializado.



Día 4

DESAYUNO Y CHECK OUT EN HOTEL BRISAS GUARDALAVACA

TRANSFER HACIA LA FINCA EL FRUTAL

FINCA EL FRUTAL

Auténtica finca campesina provista de diversos valores naturales y culturales que incitan a los visitantes a experimentar como es la vida cotidiana en los campos cubanos. Lugar donde usted podrá deleitarse en la mañana saboreando un sabroso café cubano al estilo tradicional y presenciar los atractivos de la finca como aves y animales de corral.



TRANSFER HACIA LA CIUDAD DE ANTILLA

CIUDAD DE ANTILLA

Visita a la ciudad de Antilla, favoreciendo el contacto con la comunidad y sus principales atractivos de alto valor patrimonial con influencia estadounidense. Allí abordará un catamarán con destino a uno de los lugares turísticos más especiales de la provincia, "Cayo Saetía".



SNORKELING A BORDO DEL CATAMARÁN

Navegación hasta la barrera coralina en Punta Carenero para realizar una sesión de snorkeling y snack ligero.



CAYO SAETÍA

Constituye un área de gran belleza, determinada por una variedad de plantas, animales y rocas. Además favorece el desarrollo de distintas opciones vinculadas al turismo: contemplación, filmación y fotografía, cabalgatas, etc. Almuerzo en mesa buffet y tiempo de playa.



SAFARI OK

Disfrute de Flora y Fauna. Fotos con animales exóticos y más...



TRANSFER HACIA VILLA PINARES DE MAYARÍ

VILLA PINARES DE MAYARÍ

Alojamiento en Villa Pinares de Mayarí, donde Ecología y Amor a la Naturaleza son referencias. Coctel de bienvenida. Cena y actividades nocturnas variadas.



Día 5

DESAYUNO Y CHEK OUT EN VILLA PINARES DE MAYARÍ

PARQUE NACIONAL LA MENSURA

Traslado a través del Parque Natural Mensura-Piloto hacia el sendero Salto del Guayabo donde usted disfrutará de maravillosos paisajes a 680 metros sobre el nivel del mar, con un microclima donde habitan cerca de 300 especies endémicas de la flora cubana.



SENDERO SALTO DEL GUAYABO

Visita al sendero Salto del Guayabo donde hermosos paisajismos y riqueza ecológica, matizados con el microclima de la zona, le harán sentir a los un ambiente ideal para realizar hacking contemplando desde un mirador los saltos de agua natural. Podrán realizar un sendero que termina en una poza natural muy acogedora por sus características y paisaje que la rodea invitándole a bañarse en ella.



TRANSFER HACIA FINCA LA CEIBA

FINCA LA CEIBA

Almuerzo típico campesino en Finca La Ceiba, además podrás sentir personalmente el ambiente auténtico de una finca cubana, además podrás participar en labores agrícolas



TRANSFER HACIA VILLA MIRADOR DE MAYABE

ALOJAMIENTO EN VILLA MIRADOR DE MAYABE

Esta instalación se encuentra en el municipio Holguín y cuenta con numerosos atractivos, entre los cuáles se destaca: famoso burro "Pancho", que bebe cerveza quien representa el estandarte y símbolo de este instalación en armonía con la naturaleza.



¡COMENZÓ EL GUATEQUE!

Esparcimiento y disfrute de un guateque campesino en la Finca Mayabe con cerdo asado en púa donde usted podrá llevarse a casa una fotografía suya asando el cerdo, baile y disfrute de la fiesta campesina amenizada con un grupo musical.



Día 6

DESAYUNO Y CHEK OUT EN VILLA MIRADOR DE MAYABE

¡Vuelva pronto!



CENTRO HISTÓRICO DE LA CIUDAD HOLGUÍN

“Ciudad de los parques”, fundada el 4 de abril de 1545. Capital provincial, constituye un punto importante dada la conexión aérea con el mundo, es la única ciudad cubana cuyo centro está marcado por la existencia de varios parques. Experimentará el contacto con la cotidianidad del pueblo holguinero recorriendo los principales parques, comercios y áreas urbanas de la ciudad.



PLAZA DE LA MARQUETA

A un lado del Parque Calixto García y como parte del sistema de plazas que caracteriza Holguín, se localiza este armónico conjunto arquitectónico y turístico que fue inaugurado en 1848 con el nombre de Plaza O Donell. En los corredores funciona una antigua imprenta, bazares para la exposición y venta de obras de artesanos, artistas de la plástica y escritores, un taller de grabado y una galería de arte.



RETORNO A CASA

¡Buen Viaje!



A partir de la información ofrecida responda, por favor, las preguntas siguientes:

1) ¿Cuán interesante considera usted la elección propuesta respecto a: ?

Marque la opción: (1) Poco interesante (5) Muy interesante

Variables	1	2	3	4	5
Nombre del Producto					
Atractivos a visitar					

2) ¿Cuán acertada considera usted la selección de los siguientes componentes del producto? Marque la opción: (1) Poco acertada (5) Muy acertada

Componentes	1	2	3	4	5
Alojamiento					
Restaurantes					
Transportación					

3) ¿Considera usted adecuada la duración del producto? Marque la opción con una X.

No Adecuada	<input type="checkbox"/>
Más o Menos	<input type="checkbox"/>
Adecuada	<input type="checkbox"/>

4) ¿Según su experiencia, en cual rango se hallaría el precio del producto (sin incluir pasaje de avión)? Marque con una X.

Menos de 600 CUC	<input type="checkbox"/>
Ente 600 y 1000 CUC	<input type="checkbox"/>
Más de 1000 CUC	<input type="checkbox"/>

5) ¿Recomendaría a los turistas estadounidenses el consumo del producto que aquí se propone? Marque con una X. Sí ____ No ____

6) Para mejorar el diseño del producto propuesto. ¿Qué sugerencia realizaría?

Muchas gracias por su valiosa colaboración

Tabla 7. Datos de los especialistas consultados en la investigación

Categoría científica	Años de experiencia en la actividad turística	Ocupación actual
Dr.C	15	Docente del Depto. Turismo Universidad de Holguín
Esp.	24	Guía Viajes Cubanacán
Esp.	16	Guía Viajes Cubanacán
Ing.	11	Director UEB Ecotur Oriente
Esp.	16	Esp. Operaciones turísticas Ecotur
Esp.	24	Guía Ecotur
Esp.	18	Jefe Comercial Asistencia y Operaciones Havanatur Oriente Norte
Ms.C	3	Docente del Depto. Turismo Universidad de Holguín