



Vol 13, Nº 28, (junio/junho 2020)

PROCEDIMIENTO MEPROTUR EN EL DISEÑO DE UN PRODUCTO DE TURISMO DE NATURALEZA Y SALUD. CUBA

MsC. Maidolis González Pérez

Profesora de Economía Regional y Desarrollo Local del Centro de Estudios de Dirección y Desarrollo Local de la Universidad de Granma. Email: m.gonzalez@udg.co.cu

Especialista Yhomara Martí González

Profesora de Filosofía de la Universidad de Granma Email: yomi@udg.co.cu

Ingeniero Industrial. José Reyes Lara

Especialista en la Delegación de Seguridad y Trabajo en Pílon

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Maidolis González Pérez, Yhomara Martí González y José Reyes Lara (2020): "Procedimiento MEPROTUR en el diseño de un producto de turismo de naturaleza y salud. Cuba", Revista Turydes: Turismo y Desarrollo, n. 28 (junio/junho 2020). En línea:

<https://www.eumed.net/rev/turydes/28/pilon-cuba-turismo.html>

<http://hdl.handle.net/20.500.11763/turydes28pilon-cuba-turismo>

RESUMEN

Las autoridades del sector turístico de Cuba tienen gran interés en desarrollar la modalidad de turismo de naturaleza en La Isla, ya que cuenta con recursos naturales auténticos que le permitirían posicionarse en segmentos de mercado interesados por esta modalidad. La presente investigación responde a la necesidad de crear un producto turístico que integren atractivos de naturaleza en el municipio Pílon de la provincia Granma, dirigidos al mercado canadiense y alemán. Para ello se utilizó el procedimiento propuesto por (Funcia, 2009), el que cuenta de seis

etapas, generando el diseño de un producto turístico que integra atractivos de naturaleza de la zona complementado con atractivos históricos y culturales para el mercado canadiense y alemán.

PALABRAS CLAVES: producto turístico, aguas termales, naturaleza y salud, desarrollo local.

ABSTRACT

The authorities of Tourism in Cuba has a great interest to develop the modality of Nature tourism in this country, due to the fact that it has authentic natural resources that allow them to situate in the market interested in this modality. The present research responds to the necessity to create a touristic product that integrate attractive things in nature the Municipality of Pilón in Granma Province, aimed to the Canadian and Germany market. For this it was used the proposed procedure for (Funcia , 2009), which has six stages, then it was designed the touristic product that integrate attractive aspects in Nature of the zone, together to the historic and cultural attractive for the Canadian and Germany market

KEY WORDS: tourist product, thermal waters, nature and health, local development.

1. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, el turismo no se limita únicamente a la diversión; es causa frecuente de desplazamiento de personas con el deseo de aumentar sus conocimientos sobre los orígenes, costumbres y la cultura propia de otros países; por lo que, a pesar de que la actividad turística es un factor de desarrollo para los países, sus características esenciales no son únicamente de índole económica, sino también social de carácter cultural, posibilitando la adquisición de nuevos conocimientos y experiencias para turistas nacionales y extranjeros.

El turismo es sobre todo, una actividad económica generadora de empleo, ingreso y desarrollo regional y nacional. En América Latina y el Caribe ha ocupado un espacio creciente, especialmente en la región del Mar Caribe, donde constituye ya, para muchas de sus naciones, la actividad económica fundamental.

En este contexto internacional, las ofertas de productos turísticos han transitado por diversas temáticas u opciones, donde se le otorga especial importancia al entorno, a la forma en cómo se ve afectado o complementado el producto, y cómo éste interactúa con el medio.

Algunas de las demandas contemporáneas que han adquirido mayor fuerza dentro del turismo, es el diseño de un producto de Turismo de Naturaleza, relacionado directamente con el turismo sostenible, y prácticamente está referido a los hábitats naturales y a su biodiversidad, donde adquieren gran relevancia los parques naturales, las reservas protegidas, el ecoturismo, el medio rural, el agroturismo y el involucramiento de la población perteneciente al área determinada de

implantación turística; así como el turismo de salud se mantiene en la preferencia de algunos, ya que en este caso, se trata de uno de las primeras manifestaciones históricas de turismo.

En el estudio exploratorio realizado, existen antecedentes bibliográficos sobre Turismo de Naturaleza y salud en Cuba, que desarrollan programas turísticos para promover la práctica del ecoturismo y senderismo, como se ha dicho en otras ocasiones, Cuba es una verdadera fiesta quienes aman la naturaleza. Sus paisajes bien conservados gracias a una estrategia difundida por las autoridades de turismo: una industria sustentable y sostenible, del mismo modo que otras naciones exhiben paisajes de mucho encanto y tienen experiencia en cuanto a ofertar este tipo de vacaciones.

La Provincia Granma no está ajena a este tipo de turismo, la misma posee condiciones favorables para aprovechar en mayor medida el turismo de naturaleza, la provincia tiene 10 áreas protegidas, incluidos tres Parques Nacionales, tres Reservas Ecológicas e igual cantidad de refugios de fauna, la región cuenta con el macizo montañoso más importante del país, el río más largo, llanuras y humedales, sistemas cavernarios, jardín botánico y parques nacionales con reconocimiento mundial y en la dimensión histórica el territorio ha sido principal escenario en todas las guerras de liberación nacional, la que dio inicio el 10 de octubre de 1868 hasta el triunfo revolucionario el 1ro de enero de 1959, escenario además, del suplicio del Cacique Hatuey, nuestro primer rebelde; y de los sucesos que dieron origen a la primera obra literaria Cubana. Como si esto fuera poco Bayamo, la ciudad de mayor importancia, fue la primera Capital de la República en Armas y la segunda villa fundada por Diego Velázquez, sus predios fueron los primeros en escuchar el Himno Nacional de los cubanos.

El Municipio Pílon perteneciente a la Provincia Granma ubicado a unos 140 Kilómetros de Bayamo, posee el complejo turístico Hotelero Marea del Portillo, único en la provincia, es más que sol y playa, su cercanía con sitios históricos y la atractiva flora y fauna de la Sierra Maestra lo convierten en un destino colmado de encantos para extranjeros y nacionales.

Sin embargo aún no se explotan al máximo las potencialidades de esta zona, donde las excursiones y visitas al Parque Nacionales Desembarco del Granma, declarado por la UNESCO Paraje Natural Patrimonio de la Humanidad y Pico Turquino, elevación más alta de Cuba con 1974 metros sobre el nivel del mar, otros como la Comandancia de Fidel en La Plata, constituyen sitios que por sus potencialidades histórico naturales son las más demandadas del país, tampoco existe un procedimiento para el diseño de un producto de Turismo de Naturaleza que aproveche la diversidad biológica de la flora y la fauna a través del senderismo y la captura de fotografías de las numerosas especies.

Por otra parte el desaprovechamiento de otro importante recurso como las Aguas Termales, conocida en muchos países como manantiales de aguas calientes, sulfurosas y ferrosas con muchas propiedades curativas que permite desarrollar el turismo de salud, que además nuestro

país tiene reconocimiento internacional en esa área y que el municipio hasta el momento no ha puesto en explotación.

Por otra parte en el contexto del Modelo Económico y Social Cubano, que imprime mayor autonomía a las entidades empresariales, así como a los gobiernos municipales en los procesos de gestión del desarrollo a nivel local, exige atemperar los procesos de desarrollo de las empresas a las demandas internacionales, nacionales y locales; por lo que, en este momento el Complejo Turístico Marea del Portillo no se encuentra ubicado en estos estándares, limitando así no solo su desarrollo, sino el del territorio granmense.

Por estas razones nos proponemos el siguiente problema de investigación: ¿Cómo contribuir a la satisfacción de la demanda nacional y extranjera de turismo de naturaleza y salud desde el Complejo Turístico Marea del Portillo en el Municipio Pílon, Provincia Granma?

Para contribuir a la solución del problema definido se propone el siguiente objetivo general: Diseñar un producto de Turismo de Naturaleza y Salud en el Complejo Turístico Marea del Portillo que contribuya a la satisfacción de la demanda de este producto, con enfoque territorial en el Municipio Pílon, Provincia Granma.

2. MATERIALES Y MÉTODOS

Esta investigación contó con un espacio importante, en la Plataforma Articulada para el Desarrollo Integral Territorial (PADIT). Esta Plataforma incluye una metodología para el diseño e implementación de la Estrategia de Desarrollo Municipal (EDM) como herramienta para la gestión local, cuyo propósito general es mejorar las condiciones de vida de la población de los territorios cubanos vinculados a la Plataforma, mediante procesos de articulación que favorecen el desarrollo territorial y una de las categorías estratégicas que se trabaja son los proyectos de desarrollo, para lo cual se hace preciso de estudios como este, que ofrezcan datos del comportamiento de la demanda del producto, en este caso del producto turístico en cuestión. En las recientes orientaciones de la Planificación de la Economía Cubana para el 2020, incluye la metodología para el diseño e implementación de la EDM, por lo que se ha convertido en parte del marco legal cubano en materia de planificación del desarrollo socio económico, hacia la cual tiene que tributar la I+D+i. (MEP, 2019)

Precisamente entre sus líneas de acción se encuentra, el Patrimonio y turismo cultural y de naturaleza; por lo que podemos decir, que esta investigación responde a los intereses nacionales y territoriales en desarrollar la industria turística, partiendo de las potencialidades naturales, humanas, históricas y culturales de las localidades; en este caso del municipio Pílon. Para guiar la investigación se han tenido en cuenta los siguientes métodos:

Método general de la investigación: materialista dialéctico, que se sustenta en los métodos concretos de:

Análisis y Síntesis: en la búsqueda de las concepciones teóricas y metodológicas relacionadas con el diseño de producto de turismo y de salud y seleccionar un procedimiento acorde a las características económicas, políticas y sociales de Cuba.

Inducción–Deducción: al tener en cuenta la aplicación de este procedimiento que permite deducir que el diseño del producto turístico que se propone, es viable y factible de ejecución práctica, a partir de los aspectos que analiza y evalúa el mismo.

Los métodos del nivel empírico empleados son los siguientes:

Observación: ha permitido realizar una caracterización sobre la geografía y la biodiversidad de la localidad donde se encuentra enmarcado el recurso natural aguas termales.

Técnicas de Investigación:

Entrevista semi-estructurada: para indagar sobre la aceptación del producto turístico en clientes extranjeros, así como los criterios de los clientes internos del Complejo Hotelero.

Revisión de documentos: para analizar valoraciones realizadas por los directivos y funcionarios del Hotel sobre las demandas de los clientes.

Se utilizó para el diseño de un producto turístico de naturaleza y salud (aguas termales) en el Complejo Turístico Marea del Portillo; un procedimiento basado en la propuesta MEPROTUR de Funcia (2009), partiendo del criterio de que constituye una prioridad nacional y territorial, ya que esta investigación surge como una solicitud de la Cadena ECOTUR, debido al auge del desarrollo local, como alternativa en la búsqueda del desarrollo socio económico de los municipios.

Además esta metodología presenta los pasos que se consideran necesarios para el diseño del producto que se quiere realizar, de una manera muy estructurada, práctica y fácil de aplicar, además este fue aprobado por el Ministerio del Turismo en Cuba (MINTUR) para el desarrollo de productos turísticos en la Isla.

2.1 Procedimiento para el diseño del producto turístico de naturaleza y salud.

El procedimiento propuesto por Funcia (2009) MEPROTUR, comprende cinco etapas estructuradas en forma sistémica incluyendo una etapa de evaluación.

Las etapas previstas en la metodología se describen a continuación:

Etapas 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.

Etapa 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, así como el equipamiento e infraestructuras necesarias para la estructuración del producto.

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

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

Etapa 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. Además de un análisis de la situación medioambiental.

Etapa 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 Agencias de Viajes (AA.VV), a través de los Turoperadores (TT.OO) e Internet, definiendo las acciones promocionales y el mix comunicacional del producto, estableciendo el posicionamiento del mismo.

Etapa 6: Evaluación del producto.

Se realiza la evaluación del producto mediante la aplicación de un Test de producto a especialistas, para conocer la pertinencia del mismo.

3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

3.1 Resultados

3.1.1 Caracterización del Complejo Turístico Marea del Portillo.

El Complejo Turístico Marea del Portillo fue creado en 1981, se encuentra ubicado en la costa sur de la provincia Granma, al este limita con el municipio Guamá de la provincia Santiago de Cuba; al norte con el Consejo Popular Caridad de Mota; al oeste con el nuevo Pilón y al sur con el Mar

Caribe. Es un entorno donde se combina de forma única y singular la montaña y el mar, con una vegetación de gran riqueza ecológica manifestada en la amplia variedad de ecosistemas muy bien combinados y de grandes contrastes.

Posee una rica fauna marina de bellos fondos con excelentes condiciones y posibilidades para la práctica de buceo, además un medio natural poco alterado con gran privacidad, seguridad y tranquilidad, ideal para el disfrute de la naturaleza con la presencia de variados elementos históricos-culturales. Los atractivos naturales más significativos de esta zona turística, lo constituyen las montañas y ríos de la Sierra Maestra, una formación coralina prácticamente virgen y una amplia variedad de flora y fauna endémica.

La ubicación geográfica del Complejo Turístico entre el mar y la montaña facilita el desarrollo de las actividades náuticas como buceo, el snorkeling, la pesca y de actividades en la montaña como viajes de excursión a caballo y en jeep a los varios saltos de agua localizada en las cercanías del Complejo, también se realizan excursiones como la Comandancia de la Plata, a las tres villas más cercanas al complejo, Mota, Marea y Pílon donde visitan lugares históricos como el combate de Motica, la casa del Campesino Miguel Lara, el Museo de Celia Sánchez Manduley etc.

Todo lo cual corrobora, que el producto sea considerado un destino de naturaleza: montaña, mar e historia. El complejo ofrece una amplia gama de servicios hoteleros, complementada por la oferta extra hotelera de compañías como Veracruz, Agencia de Viajes, Recreación y Ocio, los cuales gozan de una buena aceptación por parte de los clientes, manifestando en un alto por ciento de repitencia y buenos índices de satisfacción.

El complejo hotelero tiene definidos su mercado fundamental Canadá con el cual han operado desde 1987 inicialmente con el Hotel Marea del Portillo y luego con la inversión de Farallón del Caribe desde sus inicios, en estos momentos están incursionando en el mercado europeo fundamentalmente Alemania, Austria, Holanda y Bélgica como estancias y Francia e Italia como recorrido.

Teniendo en cuenta todos estos aspectos relacionados con la cultura e historia cubanas, el complejo turístico de Marea del Portillo trasmite al huésped que lo selecciona una idea exacta del pueblo cubano, su folklore, costumbres y tradiciones, en armonía con la calidez del clima y el paisaje paradisíaco de sus entornos naturales, así consta en su:

Misión: Satisfacer las necesidades de ocio y esparcimiento del turismo nacional y extranjero con un servicio de excelencia donde se combinen: naturaleza, historia y belleza del Mar Caribe, en un ambiente amistoso y seguro en tierras piloneras.

El acercamiento a la naturaleza y otros recursos turísticos como son el turismo de salud, que puede ofrecerse desde una opción de playa o ciudad, añade más valor al producto turístico; esto se soporta en el creciente interés de los visitantes en conocer la realidad de los campos cubanos y

disfrutar de un medio casi virgen, que llama no solo a disfrutar de la tranquilidad y seguridad que brinda un país con las características de nuestro sistema político, que garantiza la seguridad y tranquilidad ciudadana; sino también a la aventura, tratamientos de salud, este último dado su internacionalmente reconocido programa de salud y por la calidad de sus especialistas.

3.2 Resultados del diseño de un producto turístico de naturaleza y salud.

3.2.1 Etapa 1: Determinación de las oportunidades.

Para determinar las oportunidades del nuevo producto se realizará un análisis de las demandas de los mercados objetivos (Canadá y Alemania) de la oferta de productos de naturaleza y salud en la región oriental, de los competidores en el destino de Cuba y en otros destinos en el Mundo.

3.2.1.1 Demanda del Mercado.

Esta investigación fue realizada en un período de baja prestación de servicios del Hotel Marea del Portillo, por encontrarse en procesos constructivos de reparación y ampliación de habitaciones. Esto imposibilitó realizar encuestas de la fuente primaria en el propio Hotel. Ha sido necesario profundizar en el aspecto de la demanda de mercado, esencialmente desde los datos estadísticos ofrecidos por la Oficina Nacional de Estadísticas de Cuba (ONEI) e informes de la Organización Mundial de Turismo (OMT); así como de la sistematización actualizada de casos de estudios sobre el perfil de mercado, tanto a nivel nacional como internacional.

A nivel internacional es un hecho el crecimiento del turismo, así lo muestra el informe sobre los Resultados del turismo internacional en 2018 y perspectivas para el 2019, con una tendencia real y previsión hasta el 2030 en constante ascenso (OMT, 2019).

Como factores condicionantes se presentan en el mencionado informe, son:

- Entorno económico favorable
- Fuerte demanda de los principales mercados emisores
- Consolidación de la recuperación en destinos principales afectados por crisis previas
- Mejor conectividad aérea y
- Mayor facilitación de visados.

Según el Panorama del Turismo Internacional (OMT, 2017), Cuba muestra los mejores resultados respecto al crecimiento de visitantes extranjeros en toda América con un 14%, cuando la región de América Central y el Caribe crecieron un 5%. Le siguen al destino Cuba, Colombia y Canadá con un 11% y México con un 10%. Estos indicadores validan la respuesta del Ministerio de Turismo en Cuba por incrementar la estructura habitacional de turismo en el país. A lo cual no está exento el Complejo Turístico Marea del Portillo. Sin embargo como es de suponer, se precisa determinar el

comportamiento de los principales emisores de turistas extranjeros a los servicios que en la actualidad presta este Complejo y evaluar las potencialidades a explotar.

En el informe de Balance de la temporada 2017- 2018 de esta entidad turística, se expresa que solo recibe vuelos directos de Canadá por lo que depende por completo de este, es por esto que el objetivo de la entidad es atraer más turistas canadienses y ampliar su mercado meta, es decir el mercado hacia donde la entidad quiere llegar. Se realizó un perfil del mercado canadiense y se incluye el mercado alemán, en este último caso se debe a que este es el quinto emisor de quienes arriban a Cuba, y el país se propone incrementar acciones en el oriente del territorio nacional, para incrementar el número de viajeros alemanes dada su disminución desde hace dos años, (Consejo de Dirección del Complejo Turístico Marea del Portillo, 2019).

Por lo tanto esta política nacional de incrementar el turismo alemán en la zona oriental del país, representa una oportunidad para el turismo en el municipio Pílon en Granma, que pertenece a esta zona.

Para Cuba es un desafío y una oportunidad llegar a un mercado que tiene mucho que ofrecer. Así lo representa el número de turistas canadienses y alemanes como 1er y 5to emisores de turistas al país respectivamente en el trienio 2016- 2018, (ONEI, 2019). Tal como se muestra en la tabla 1.

Tabla1 *Arribo de turistas canadienses y alemanes en el período 2016-2018*

Turistas	2016	2017	2018
canadienses	1 205 809	1 133 824	1 109 339
alemanes	242 355	243 172	208 287

El canadiense prefiere con un ancho margen como principal destino del Caribe a Cuba, por encima de Cancún y Punta Cana, incluso que Jamaica ex colonia británica con similar idioma, llegando a más de 1millón de visitantes a la isla por 7 años al 2018. (CUBACOMENTA, 2018)

Por su parte en el caso de Alemania, el Ministro del Turismo en Cuba reconoce, a partir de las acciones de los turoperadores alemanes en el 2019 lo siguiente, “Empezamos con dificultades por la falta de vuelos y se decreció, pero gracias a todos ustedes en el mes de abril el mercado germano creció en un 10 por ciento”. Por su parte, “Gioacchino Cinquegrani, miembro de la Oficina del Ministerio del Turismo cubano en Alemania, comentó que, a los nativos de esa nación, además de sol y playa, les gusta mucho las excursiones y el ecoturismo, y la región oriental es uno de los

territorios que ofrece atractivos naturales de la exuberante biodiversidad, para reafirmarlo como un destino único y completo dentro de la Mayor de Las Antillas” (CUBADEBATE, 2019).

En el año 2017 en el marco de la Feria Internacional de Turismo (FITCUBA) la Representante del Ministerio de Economía y Energía en Alemania Wilpper, señaló que sus coterráneos reconocen las bondades de este país, esencialmente el clima y las bondades de la gente y manifestó la disposición de la Oficina Alemana de Economía, de apoyar en el desarrollo de la industria recreativa en el país, dado el interés de los alemanes en sus paisajes, cultura y tradiciones (CUBASI, 2017)

Alemania es el mayor mercado de origen de viajes de la Unión Europea, con más de 85,7 millones de viajes en 2012; además es tercer mercado en cuanto a gasto turístico con 92 000 millones de US\$ en 2014. Con más de 9 800 agencias de viajes, es uno de los países con agencias de viajes más grande por habitante de todo el mundo y además cuenta con más de 2 500 operadores por todo el mundo. El número promedio por habitantes es de 1,3 al año. La proporción de la población que viaja es de 77,4%. El gasto total realizados por turistas alemanes en el extranjero alcanzó la cifra de 77, 500 millones de US\$ en 2014, (+1,6% respecto a 2013)...La duración media de los viajes es de 10,2 días (Dirección General de Fomento de las Exportaciones del Ministerio de Fomento, Industria y Comercio de Nicaragua [DG-FEX-MIFIC] 2015).

Otro dato de interés es que, el visitante extranjero que se instala en las bases de campismo del país, busca un acercamiento directo con la naturaleza, los paisajes y la biodiversidad, para realizar senderismo entre otras actividades propias del turismo de naturaleza. En este sentido se observa un crecimiento entre los años 2014, 2015 y 2016 con las cifras de 8,4; 15,0 y 17,2 respectivamente, lo cual indica entre otros aspectos que pudieran valorarse, que se incrementa la preferencia por tener contacto directo con la biodiversidad de Cuba, por lo que se le debe prestar mayor atención al turismo de naturaleza a partir de datos del Anuario Estadístico de la Oficina Nacional de Estadísticas e informaciones, (2019).

La argumentación ofrecida anteriormente sobre el turismo de naturaleza demandado por canadienses y alemanes, refuerzan la idea en la dirección del Complejo Turístico Marea del Portillo de potenciar este producto en sus instalaciones.

Respecto a las preferencias sobre el turismo de salud que también se adjudica al turismo termal. Como ha planteado Pérez, citado por (Gutauskas, Zanfardini y Tamasni, 2016), atendiendo al abanico de clientes de turismo termal que se ha incrementado en los últimos años, propone una clasificación de turistas termales de acuerdo a si viajan de manera individual o grupal y si lo hacen por vacaciones (ocio) o por negocio o trabajo, tal como se muestra en la tabla 2, como punto de partida para identificar la demanda del mercado.

Tabla 2. Clasificación del turista termal

Individuales de ocio	Individuales de negocios	de Grupos de ocio	Grupos de negocio
Personas de la tercera edad con alguna patología	Ejecutivos en viajes de negocios que deciden quedarse en un balneario, para poder utilizar sus servicios con el fin de relajarse al final del día.	Buscadores de aventuras organizadas por empresas especializadas en programas de resistencia física y mental en eventos temáticos y deportivos	Asistentes a congresos y reuniones buscando sitios tranquilos y apartados
Trabajadores con alto nivel de estrés		Espirituales ejercicios de relajación	Viajeros de incentivo: que mejor sitio para recuperarse después del duro trabajo
Entusiastas de ponerse en forma		Grupos sociales subvencionados	Cursos de formación: añaden el atractivo de encontrar una opción de ocio relacionada con la salud, que ayuda a la concentración.
Seguidores de dietas saludables y vida sana		Grupos tour: turistas en ruta que se encuentran atraídos por la oferta termal	
Luchadores contra la obesidad			
Familiares con niños buscando lugares naturales			

instalaciones con
servicios para niños

Mujeres buscando
servicios de belleza

Mujeres en período
pos-parto

Parejas en viajes de
novios que buscan
tranquilidad

La clasificación anterior, nos permite identificar independientemente de las particularidades del turista extranjero, alternativas de evaluación para potenciar el recurso natural de aguas termales para el turismo de salud en el territorio cubano, especialmente en las localidades.

¿El turismo termal constituye un atractivo para el turismo extranjero? Podemos decir que, los visitantes alemanes buscan en la nación caribeña, no solamente el sol y la playa que la hacen destacable para otros mercados, sino también prefieren otros valores como la cultura, las ciudades patrimoniales, la naturaleza y opciones de salud. Es decir que, mediante la modalidad de circuitos, tienen la posibilidad de conocer a fondo el Destino Cuba. Los alemanes son excelentes receptores de los valores culturales, históricos, naturales y patrimoniales de nuestro país, constituyendo así un mercado al cual se le debe potenciar en ofertas en estos sentidos.

Por ello el MINTUR en Cuba busca nuevas vías u oportunidades con el objetivo de incrementar la cantidad de turistas por la oferta de turismo de salud. Por lo que firmó un contrato con Canadá sobre turismo de salud para la tercera edad el 18 de septiembre del 2018. La Empresa Comercializadora de Servicios Médicos Cubanos (CSMC) S.A. y el turoperador COGIR, de Canadá, rubricaron en La Habana un convenio para la implementación de un programa dedicado a la atención médica de turistas canadiense de la tercera edad." Por una edad feliz "se denomina el referido programa, concebido para grupos de adultos mayores autónomo, con edades comprendidas desde 75 años hasta los 85, que posean buenas condiciones física y mentales y visiten Cuba durante una estancia de dos o tres meses, en la etapa invernal.

El canadiense prefiere con un ancho margen como principal destino del Caribe a Cuba, por encima de Cancún y Punta Cana, incluso que Jamaica ex colonia británica con similar idioma, llegando a más de 1 millón de visitantes a la isla por 7 años al 2018, se ha expresado en CUBACOMENTA, (2018). Por lo que sería el principal mercado a atender.

El arribo de turistas extranjeros por el destino de sol y playa y algunas opciones de turismo de naturaleza que llegan al municipio Pílon, donde se encuentra ubicado el Complejo Turístico Marea del Portillo, en los años 2015, 2016 y 2017 se comportó de la siguiente manera: 12 903; 17 239 y 16 212 respectivamente; al 2017 esto representó ingresos por valor de más de 6 millones de CUC. Del total de visitantes los principales emisores de turistas son Canadá y Alemania en primer y segundo lugar respectivamente; pero Canadá tiene la supremacía con una diferencia de 75 003 en número de turistas absoluto, lo que representa el 97% del total de los dos países (ONEI, Pílon, 2017)

En estudio realizado por (Gutauskas et al., 2016), se identificó en Argentina que, en relación al turismo de salud, lo que se consume en mayor medida son: "hidroterapia de inmersión al aire libre (piscinas termales al aire libre) con el 65%; hidroterapia (baños de inmersión en cabinas) con el 40%; fango terapia con el 39%; hidroterapia con hidromasajes que representa el 35% e hidroterapia con hidropulsor con el 28%. En general las mujeres consumen más prestaciones termales que los hombres. La prestación más consumida tanto por hombres y mujeres es hidroterapia de inmersión al aire libre. La segunda prestación más consumida por las mujeres es hidroterapia de inmersión en cabinas, mientras que los hombres eligen en segundo lugar hidroterapia con hidromasajes y fango terapia. En los tratamientos de belleza se observa una diferencia significativa entre hombres y mujeres, siendo estas últimas las que más realizan este tipo de prestación. Por su parte, los programas anti estrés y de gimnasia son realizados en forma equitativa en ambos sexos".

En el propio estudio (Gutauskas et al., 2016), identifica las principales atracciones del turista extranjero de las actividades complementarias al turismo termal y "se destacan en primer lugar las caminatas al aire libre con un (86%), le siguen sacar fotos con un 51%, dormir, relajarse o solo pasar el tiempo con un (44%) y visitar atractivos naturales próximos a la instalación donde se hospedan con un (43%). Los turistas que eligen el turismo de salud tienen como motivaciones principales mejorar la salud en general (26%) y compartir tiempo con familia y amigos (25%), otra motivación recurrente es escapar de la rutina (19%), para los grupos de 18 a 45 años la principal motivación es la de compartir un tiempo con la familia y/o amigos y escapar de la rutina y para los grupos de 46 a 60 años la motivación principal es la de mejorar la salud en general, al igual que en el rango de los mayores de 60 años".

Luego del perfil del mercado canadiense y alemán realizado se determinó como mercado meta: Clientes canadienses y alemanes mayores de 45 años con alto poder adquisitivo interesados en la cultura, la historia, la naturaleza y la salud.

3.2.1.2 Oferta de productos similares en el destino.

Para este punto se realizó un análisis de la cartera de oportunidades de las agencias de viajes que operan en la región oriental con productos similares; solo opera como agencia de viaje especializada en el turismo de naturaleza la Agencia de Viajes Ecotur la cual se encuentra dividida por UEB en los principales polos turísticos de La Isla, por lo que se tiene en cuenta la Agencia de Viajes UEB Ecotur Oriente, la Agencia de Viajes Ecotur Granma y los productos que comercializa el Complejo Marea del Portillo.

Además aquí se realizó la descripción del producto y las regulaciones específicas de los siguientes productos turísticos:

- Salto de Guayabito.
- Recorrido a la Zona del Río Cilantro.
- Producto turístico Las Yaguas.
- Producto Turístico Turquino Sur.
- Sendero Santo Domingo–Comandancia La Plata.

3.2.1.3 Análisis de la competencia.

Para este punto se realizó un análisis del comportamiento de la competencia para Cuba en Latinoamérica, para el que se tuvo en cuenta los países más visitados por el mercado canadiense y alemán en esta región como México, Panamá, Costa Rica y Brasil. También se realizó un análisis de los principales competidores presentes dentro de la Isla, en el que se tuvo en cuenta las principales potencialidades para el desarrollo del turismo de naturaleza y salud (aguas termales).

Para la inserción del destino Cuba en la competencia de la región, se deberían aprovechar mejor todas las potencialidades de naturaleza en el territorio, para la creación de productos especializados en turismo de naturaleza, con otros agregados como el turismo de salud que respondan a los principales intereses por los segmentos motivados por esta modalidad en el mercado canadiense y alemán.

3.2.1.4 Competencia en el destino Cuba:

Para muchos Cuba es una isla impresionante, sitio de historias y tradiciones diversas y paisajes que desafiaron el tiempo y la voracidad de la civilización. En los principales destinos de turismo de naturaleza y salud (aguas termales) del país, abundan aguas de composición sulfatada-cálcica en un bello ambiente natural.

Se encuentra el balneario de aguas minero medicinal y termal de Los Palacios en Pinar del Río, también en Mayabeque de la región occidental junto al poblado Madruga se encuentra el balneario La Pila, cuyas aguas son sulfurosa bicarbonatadas; en la costa norte de la provincia de Villa Clara se encuentra el Hotel Balneario Elguea, reconocido internacionalmente, el cual cuenta con una avanzada Unidad Termal. Al norte, también en el centro del país, se encuentra la cayería que agrupa entre otros, los cayos Guillermo, Coco, Santa María y Sabinal, en esta zona se ubica un centro de rica tradición balneoterapéutica, San José del Lago, hay aguas mineromedicinales termales rádonicas de constitución bicarbonatada cálcica y en la zona costera de Santiago de Cuba también existe un balneario pero en la fecha en que se realiza esta investigación el mismo no se encuentra abierto al público.

Las aguas termales en Cuba como se puede apreciar, han sido distribuidas geográficamente en cada zona del país, o sea, en las zonas occidental, central y oriental respectivamente, pero a raíz del otorgamiento de mayor autonomía a los gobiernos municipales, se estimula al estudio y aprovechamiento a través de proyectos de desarrollo local, de los recursos naturales, en este caso de las aguas termales; si además se tiene en cuenta que en el caso de la provincia Santiago de Cuba, no se encuentra este servicio abierto en todas las temporadas, surge una importante oportunidad para el municipio Pílon en la provincia Granma.

3.2.1.5 Oportunidades para el desarrollo del nuevo producto turístico:

- El grupo técnico de comercialización a través de las técnicas de tormenta de ideas y reducción de listado determinó como las oportunidades más relevantes para el diseño del nuevo producto turístico las siguientes:
- En la actualidad existen vuelos directos entre la ciudad de Toronto - Manzanillo, mediante la aerolínea Headquartered con una frecuencia de un vuelo semanal (miércoles) y Quebec-Manzanillo con una frecuencia de un vuelo semanal (miércoles).
- Políticas nacionales que favorecen las inversiones con entidades extranjeras y a nivel nacional, así como los encadenamientos productivos y de servicios para desarrollar el sector y sobre todo, contribuir al desarrollo de las localidades.
- Alto interés por el Ministerio del Turismo en el desarrollo de productos de naturaleza y el crecimiento del mercado canadiense y alemán en la Isla, con un alto interés de los

operadores de viajes internacionales y nacionales por el ecoturismo y el turismo de aventura. (www.fitcuba.com,2017).

- Mayor acceso e intercambio de información en las páginas web de turismo en Cuba para el dominio de extranjeros y potenciales clientes a nivel internacional sobre los productos que se ofertan en la Isla. (www.fitcuba.com).

Algunas de las Páginas webs en las cuales se puede consultar y ofrecer información sobre el producto turístico de naturaleza y salud son las siguientes:

- www.ecoturcuba.tur.cu, sitio web de la Agencia de Viajes Ecotur.
- www.faz.net, sitio web Alemán para suplementos de viajes.
- www.ecotourismblog.com, sitio web de los turistas ecológicos.
- www.yourtravelchoice.org, sitio web de la Sociedad Internacional de Ecoturismo.
- www.cbi.eu, sitio web del CBI.

3.2.2 Etapa 2. Estructuración del producto turístico.

La siguiente etapa tiene como objetivo estructurar un producto turístico de naturaleza que satisfaga la demanda del público objetivo. 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.

3.2.2.1 Potencialidades.

A continuación, se listan los principales atractivos detectados por el Subgrupo de Turismo de Naturaleza en el territorio, con sus características más significativas y las posibilidades que presentan para el desarrollo de diferentes actividades turísticas, cada atractivo seleccionado responde a las preferencias y motivaciones de los segmentos canadienses y alemanes de turismo de naturaleza, teniendo en cuenta el perfil de mercado realizado por el autor de conjunto con el subgrupo técnico, así como las potencialidades del territorio.

Potencialidades para el desarrollo del nuevo producto turístico.

- Se cuenta con el recurso natural de aguas termales en el municipio Pílon, se clasifican por su origen en telúricas, por su temperatura son mesotermas o calientes y por su contenido en minerales son sulfatadas.
- Sin necesidad de bombeo del agua, dada la fuerza de su salida natural.
- Interés de los Gobiernos Provincial y Municipal y de las Delegaciones del MINTUR y Ecotur en la provincia Granma, en desarrollar otras alternativas de turismo en el territorio.
- Desarrollo del acceso a Internet en la Isla posibilitando el acceso a las Redes Sociales y páginas web habilitadas para promocionar y dar a conocer el producto en todos los mercados de forma rápida y económica.
- Se cuenta con campesinos que poseen equinos aptos para contratar e incrementar la caballeriza con que cuenta el Complejo Turístico para el traslado hacia las instalaciones de las aguas termales.
- Altas capacidades técnico- profesional de los trabajadores y directivo del Hotel, para incorporar este producto como destino turístico en el municipio.
- Se cuenta con capital social, esencialmente médicos, fisioterapeutas y personal de apoyo en la localidad, para continuar su formación en capacidades técnicas sobre el uso de las aguas termales.

- Se cuenta con el fondo para la contribución al desarrollo local con interés del Gobierno Municipal para su utilización en inversiones en el sector turístico.

- Los Consejos Populares donde se encuentra el Complejo Hotelero hasta la formación natural de aguas termales es rica en biodiversidad de la flora y la fauna.

3.2.2.2 Objetivo del producto turístico:

El producto turístico se desarrolla con el objetivo de aprovechar las potencialidades del destino turístico de Marea del Portillo, integrándolas en un paquete turístico de naturaleza y salud, mezclado con un poco de historia y cultura, que integre todos los elementos necesarios para ser vendido en el mercado-meta estudiado, resultando como una alternativa a los tradicionales paquetes de sol y playa y de esta manera diversificar la cartera de oportunidades de la agencia de viajes, así como las ofertas turísticas de la región oriental. Este podrá ser vendido a través de los principales Turoperadores canadienses y alemanes, Turoperadores especializados, o a través de ventas directas en la web por las Agencias de Viajes turísticas (AAVV).

3.2.2.3 Idea de Producto:

El desarrollo de esta investigación surgió con la idea de desarrollar un producto turístico de naturaleza y salud (aguas termales) que combinara los principales atractivos de naturaleza que ofrece la localidad de Pílon con el producto, destinado al mercado canadiense y alemán, como vía alternativa de lograr un desarrollo socioeconómico en el municipio, como parte de las nuevas orientaciones emanadas de la nueva Carta Magna del país, donde se otorga mayor autonomía a los gobiernos municipales para lograr el desarrollo territorial.

Como parte integrante de la idea del nuevo producto turístico, se ha considerado integrar a la oferta de este producto de aguas termales que por su origen es de naturaleza y por su contenido es además de salud; agregar senderismo para contemplar la hermosa biodiversidad de la zona a la vez que el turista disfruta de tomar fotos a la flora y fauna del lugar, así como la visita de sitios históricos como el combate de Motica, y conocer de las tradiciones campesinas, a través de la visita a la casa del Campesino Miguel Lara. Dentro del componente cultural es imprescindible ser

parte del grupo folklórico "La Década" que se presenta en el Centro Cultural Casa de las Tradiciones, también la visita al Museo Celia Sánchez Manduley.

Todo ello realizado mediante la transportación por vía carretera a través de Jeep, teleférico, monta de equino y/o caminata, pudiendo utilizar todos estos medios o varios de ellos. Todo en un sentido armónico que contribuya a generar disfrute, bienestar, cultura general, aventura, seguridad y sosiego en un intercambio con la naturaleza, la historia y la cultura pilonera.

3.2.2.4 Definición del nombre del producto:

Desde un inicio se decide realizar un producto que combinara atractivos de naturaleza con características únicas del municipio y la provincia, de ahí que el nombre del programa se refiera a algo que produzca admiración y asombro por poseer alguna característica o cualidad extraordinaria, quedando definido por el Subgrupo de Turismo de Naturaleza de la Delegación del Turismo en la Provincia Granma; de conjunto con la población del Consejo Popular Cilantro: "Las aguas termales de Pílon".

3.2.2.5 Atractivos y actividades.

En este punto se realizó la idea del programa desglosando por los 6 días, los atractivos a visitar, las actividades a realizar, así como los traslados.

Primer Día:

Vuelo desde Canadá y Alemania hacia Cuba, recibimiento en el aeropuerto Sierra Maestra en Manzanillo y transfer hacia el Polo Turístico Marea del Portillo, donde se hospedarán y disfrutarán del producto Sol y Playa, además tendrán una cena de bienvenida con platos campesinos (congrí, macho asado, yuca acompañado de un mojito con ajo y limón, chatinos) amenizando con un grupo de música tradicional cubana.

Segundo Día:

Tour en los poblados de Mota, Marea y Pílon para visitar los diferentes atractivos históricos y culturales seleccionados. Visita al sitio histórico "Combate de Motica", donde el guía aborda o explica sobre el suceso histórico ocurrido ahí, luego se visita la casa del Campesino Miguel Lara donde se les brinda guarapo y algunas frutas a los clientes, también se les habla de las costumbres y tradiciones campesinas; luego visitan algunos de los principales cultivos de la zona como las cosechas de cebolla, plátano y los campos de uva. Después almuerzo en la Paladar que

se ubica en la Zona de Marea o en el restaurante el Mirador y se toma un tiempo libre o de descanso, luego se continúa el recorrido hacia Pilón donde se visita el Centro Cultura Casa de las Tradiciones y el Museo Celia Sánchez Manduley. Posibilita realizar actividades turísticas como: senderismo, observación de aves, paisajismo, observación de la flora y la fauna y visita a lugares históricos.

Tercer Día:

Traslado hacia la Villa El Cilantro a través de jeep, caballos, teleféricos donde se encuentra el producto "Las Maravillas de los Manantiales Calientes de Pilón", al llegar a la instalación se les da la bienvenida con un brindis y música agradable, luego pasan a la zona de alojamiento y después a disfrutar de los diferentes servicios que brinda la instalación (senderismo, observación de aves, observación de la flora y la fauna, monta de caballos, excursiones, senderismo, toma de fotos, paisajismo, piscinas termales al aire libre, hidromasajes, tratamiento con algas, baños de barro, masajes, tratamientos de belleza, programas anti estrés y de gimnasia).

Cuarto Día:

Disfrutar de los diferentes servicios que brinda la instalación (senderismo, observación de aves, observación de la flora y la fauna, monta de caballos, excursiones, paisajismo, piscinas termales al aire libre, hidromasajes, tratamiento con algas, baños de barro, masajes, tratamientos de belleza, programas anti estrés y de gimnasia).

Quinto Día:

Se regresa al Complejo Turístico Marea del Portillo para disfrutar del producto principal del hotel sol y playa y se le hace una noche temática donde se incluye lo aborigen, lo afroamericano; en el restaurante (congrí, chatino, macho asado) y un show de despedida con bailes y música tradicional cubana.

Sexto día:

Coctel de despedida acompañado por la música que identifica la instalación y el traslado hasta el aeropuerto internacional Sierra Maestra para abordar el vuelo de regreso a casa.

Mix de servicios.

Servicio de Alojamiento:

Los clientes se hospedarán en el Complejo Turístico Marea del Portillo, el cual cuenta con dos hoteles: Hotel Marea del Portillo y Hotel Farallón del Caribe y dos villas: Villa Punta Piedra y Villa Cilantro, con diferentes categorías y plan de alojamiento. La estancia en cada hotel será de una o cinco noches, y en la villa de dos noches, se seleccionaron los hoteles o villas situados en espacio con valores naturales, de manera que estos puedan resultar también parte de los atractivos del programa.

3.2.2.6 Servicio de gastronomía:

En el transcurso del servicio del producto se visitarán 6 restaurantes y 1 paladar, en algunos casos se encuentran ubicados en los hoteles, y en otros en lugares aledaños a estos o en el recorrido, en algunos casos están ubicados en ambientes naturales, dándole valor al recorrido, presentan diferentes tipo de servicio y categoría, aunque la mayoría de ellos son reconocidos por ofrecer comida tradicional y en la mayor parte de los casos estarán acompañados por música tradicional cubana. Estos cuentan con reconocimientos por su calidad en la comida y servicios ya sea en redes sociales como TripAdvisor o por entidades turísticas.

3.2.2.7 Servicio de Transporte:

El recorrido se realizará en Jeep 4x4 alquilados por la agencia de Ecotur a la empresa TRANSTUR, se escoge este transporte ya que es necesario para acceder a lugares de gran dificultad presentes en el nuevo producto, además este hace al programa más atractivo y aventurado. También se utiliza una cabalgata alquilada por cuentapropistas o por la caballeriza de Flora y Fauna otra opción será el teleférico para llegar hasta "Las Aguas Termales de Pílon". Este último forma parte de un proyecto teniendo en cuenta los grupos de edades del turista extranjero con más de 60 años donde el acceso a la Villa Cilantro a caballo es de alta complejidad.

3.2.3 Etapa 3. Pceso de prestación del producto turístico.

En esta etapa se detallarán los servicios de prestación para poder llevar a cabo el paquete turístico, sean: la accesibilidad, la transportación, el alojamiento y la gastronomía.

3.2.3.1 Accesibilidad:

En la actualidad el mercado canadiense arriba al destino a través de la aerolínea Headquartered con salidas desde los aeropuertos de la ciudad de Toronto y Quebec, algunos clientes alemanes viajan al destino a través de otras aerolíneas ya que no se cuenta con vuelos directos desde Alemania, se espera que con la creación de este nuevo producto se logre atraer el mercado alemán. Los arribos tienen entrada por el aeropuerto internacional Sierra Maestra siendo este la puerta de entrada del destino.

Las principales vías a utilizar en los momentos actuales no se encuentran en condiciones favorables para un tránsito agradable hacia estos lugares. Las instalaciones de alojamientos seleccionadas se encuentran insertadas en espacios naturales, lo que le añade valor al producto. (Ver tabla 3).

Tabla 3 *Principales vías de acceso al producto turístico “Las Aguas Termales de Pílon”*

Carretera inter-intramunicipal	Vía
Carretera central de Granma	Viaducto Herradura
Carretera Manzanillo-Pílon	Vía Marea del Portillo-Mota
Carretera Pílon-Cilantro	Vía Marea del Portillo-Cilantro

3.2.3.2 Servicio de Alojamiento

El servicio de alojamiento se presenta a través de la (Tabla 4).

Tabla 4. *Instalaciones de alojamiento para disfrute de Las Aguas Termales de Pílon*

Nombre de la instalación hospedaje	Cadena de	Catg	Plan de Alojamiento	Ciudad	Estancia
Farallón del Caribe	Cubanacán	4	Todo incluido	Pílon	De 3 a 6 noches
Marea del Portillo	Cubanacán	3	Todo incluido	Pílon	De 3 a 6 noches
Villa Punta de Piedra	Cubanacán	2	Todo incluido	Pílon	De 2 a 3 noches
Villa termal el Cilantro	Cubanacán	4	Todo incluido	Pílon	De 2 a 3 noches

3.2.3.3 Servicio de gastronomía

Los servicios de gastronomía se muestran a través de la (Tabla 5), e incluyen instalaciones hoteleras, así como restaurantes estatales y privados con buen confort y calidad en las ofertas.

Tabla 5. *Instalaciones para el servicio de gastronomía en “Las Aguas Termales de Pílon”*

Nombre del Restaurante	del	Cadena	Tipo de Servicio	Ubicación
Restaurante Colina Farallones)	La (Hotel	Cubanacán	Buffet (comida internacional)	Pilón, Granma
El Criollo (Farallones)	(Hotel	Cubanacán	A la carta (comida tradicional cubana)	Pilón, Granma
Restaurante Marinero Marea del Portillo)	(Hotel	Cubanacán	A la carta (comida de productos del mar)	Pilón, Granma
Restaurante Caribe Marea del Portillo)	(Hotel	Cubanacán	Buffet (comida internacional)	Pilón, Granma
Restaurante Mirador de Pilón		Estatal	A la carta (comida tradicional cubana)	Pilón, Granma
Restaurante Punta de Piedra	Villa	Cubanacán	Buffet (comida internacional)	Pilón, Granma
Ferlín		Privado	A la carta (comida tradicional cubana)	Pilón, Granma
Restaurante Cilantro	Villa	Cubanacán	Bufet (comida internacional)	Pilón, Granma

3.2.3.4 Servicio de Transporte:

Los servicios de transporte son prestados por las siguientes empresas turísticas:

- Jeep 4x4, alquilados por Ecotur a la entidad de TRANSTUR, utilizados para el recorrido.
- Cuentapropistas en encadenamiento de servicios con el Complejo Hotelero: Prestación de caballos, para realizar cabalgata desde la presa del Cilantro hasta la Villa Termal El Cilantro.

3.2.4 Etapa 4. Precio y Análisis Medioambiental.

3.2.4.1 Precio.

La cotización no se puede realizar porque las entidades involucradas en la creación de este nuevo producto no cuentan con la ficha de costo de la Villa Cilantro, la construcción del Balneario Termal "Las Aguas Termales de Pílon" con los servicios que deberá ofertar. Para ello se precisa a partir de esta investigación, diseñar y ejecutar un proyecto de iniciativa municipal para el desarrollo local (IMDL). Se le recomienda a las entidades involucradas utilizar el análisis de la factibilidad.

A pesar de ello se presenta la tabla 6, el valor estimado de la industria del turismo de salud a nivel internacional en el 2010. Apreciándose los importantes ingresos que se perciben por este tipo de turismo.

Tabla 6. *Valor estimado de la industria del turismo de salud a nivel internacional en el 2010*

Tipo de servicio	Valor estimado en millones de dólares 2010
spa	\$60.300,00
medicina complementaria y alternativa	\$113.000,00
salud nutricional y pérdida de peso	\$276.500,00
salud preventiva y personalizada	\$247.000,00
turismo médico	\$50.000,00
turismo de bienestar	\$106.000,00
salud en el trabajo	\$30.700,00
Fitness y ejercicio físico	\$390.100,00
Belleza y antienvjecimiento	\$679.100,00
total	\$1.952.700,00

Fuente: Global Spa Summit. Spa & the Wellness Markets: Synergies and Opportunities. Mayo 2010. Wellness Tourism Worldwide. 4WR: Wellness for Whom, Where and What? Tomado de Escuela de Organización Industrial. (2013).

3.2.4.2 Análisis Medioambiental.

Todos los senderos que se utilizarán en el programa deberán contar con Licencia Ambiental para su explotación turística otorgadas por el Ministerio de Ciencia, Tecnología y Medio Ambiente (CITMA), por lo que para el análisis medioambiental se presentan las regulaciones generales para la explotación turística de senderos, expuestas en el Anexo II de la Resolución Conjunta N°1 de 1999 del MINTUR-CITMA-MINAGRI. Estas Regulaciones Generales están dirigidas a garantizar la vitalidad ambiental, comercial y social de los productos de Turismo de Naturaleza desde el mismo inicio de su uso turístico, con el objetivo de respetar en el mayor grado posible la vida normal de la zona, natural y humana, cuya consecución constituye la base del turismo sostenible.

3.2.5 Etapa 5. Distribución y comunicación del producto turístico.

Luego de haber realizado el diseño del producto, es de suma importancia definir cómo el cliente conocerá el producto, a través de qué vía podrá acceder a él, y las acciones de comunicación para lograrlo. Posicionamiento del Producto en el mercado-meta. El producto turístico "Las Aguas Termales de Pilon" se posicionará en el mercado como un producto de naturaleza y salud, diferenciado por la autenticidad y conservación de sus atractivos de naturaleza, complementados con actividades turísticas activas que pueden crear una fuerte experiencia de aventura.

3.2.5.1 Vías para la distribución del producto.

El producto podría distribuirse a través de los principales Touroperadores que tienen contratos en el destino y los identificados en el perfil del mercado realizado, grupos turísticos, páginas web especializadas en turismo salud, de naturaleza y salud y las agencias de viajes cubanas. En la tabla 7 se muestran los touroperadores en Cuba para canadienses y alemanes.

Tabla 7. *Turoperadores en Cuba con clientes canadienses y alemanes.*

Nombre	Ciudad
Thomas Cook	Frankfurt
Tui	Hannover
Marco Polo	Múnich
Sunwing	Toronto y Quebec
Air Transat	Toronto
Holasun	Quebec

Grupos turísticos:

- El grupo Arge Lateinamerika (asociación de tour operadores y oficinas nacionales de turismo, es una organización comercial sin fines de lucro que promueve el turismo para América Latina a través de:
 - Ofreciendo una plataforma en línea de América Latina
 - Organizando campañas de RRPP
 - Organizando foros/seminarios para el comercio alemán
 - Proporcionando educativa capacitación de América Latina para instituciones
 - Membrecía abierta para empresas de turismo de América Latina
 - Otros grupos importantes son, Rewe Group, Gebeco, Napurtours.

Páginas webs:

- www.ecoturcuba.tur.cu, sitio web de la Agencia de Viajes Ecotur.
- www.faz.net, sitio web Alemán para suplementos de viajes.
- www.ecotourismblog.com, sitio web de los turistas ecológicos.
- www.yourtravelchoice.org, sitio web de la Sociedad Internacional de
- Ecoturismo.
- www.cbi.eu, sitio web del CBI.

Agencias de viajes cubanas sean: Ecotur, Cubatur, Havanatur, Gaviotatur.

3.2.5.2 Acciones Promocionales.

1. Realizar famtrip, para presentar el producto a los representantes de los diferentes turoperadores y agencias de viajes.
2. Presentación del producto en la feria Tour Nature de senderismo y excursionismo a través del sitio web, www.tournatur.com, esta tiene lugar cada mes de septiembre en Dusseldorf.
3. Incluir el producto en guías, afiches, folletos y catálogo del destino.
4. Presentación de imágenes y videos promocionales de los principales atractivos del nuevo producto a través de las principales redes sociales sean, Facebook, Instagram, YouTube y Twitter y el Portal del Ciudadano.
5. Crear un grupo en Facebook con el nombre del nuevo producto para el intercambio de fotos y opiniones acerca del producto.
6. Unirse a grupos de viajeros canadienses y alemanes en Facebook para presentarles el producto y realizarles encuestas online acerca del nuevo servicio turístico.

7. Incluir anuncios sobre el producto en sitios webs especializados. Ejemplo de sitios www.ecotourismblog.com y www.yourtravelchoice.org.

8. Crear una página web para promocionar el nuevo producto y otros productos en el oriente, en idioma español, inglés y alemán. Propuesta de nombre de la página: Circuitos turísticos en la Provincia Granma, Cuna de la Nacionalidad Cubana; ejemplo de url: www.turnaturcnc.com.

9. Crear usuarios en plataformas de Blogs de viajeros canadienses y alemanas, para presentar las principales características del producto turístico.

10. Realizar concursos online referentes a la naturaleza y salud cubana, u otros temas de interés, en el que a los ganadores se les facilite rebajas de precios.

Ejemplo de concurso: Identificación de aves endémicas en los sitios utilizados en el nuevo producto, beneficios terapéuticos de las aguas termales de Pilón.

11. Participar en foros especializados. Tales como: <http://www.fotonaturaleza.net/foro/>

12. Animar a que los clientes escriban reseñas y comentarios acerca del producto en Tripadvisor y YO Sunwing, de esta manera darlo a conocer.

3.2.6 Etapa 6. Evaluación del producto turístico.

Para la realización de esta etapa se aplicaron cuestionarios online, a especialistas del sector turístico del territorio con conocimientos en el diseño y comercialización de productos turísticos. Mediante los mismos se arribó a los siguientes resultados: 1. Sobre la interrogante 1. ¿Qué opinión le merece el nombre del nuevo producto turístico?

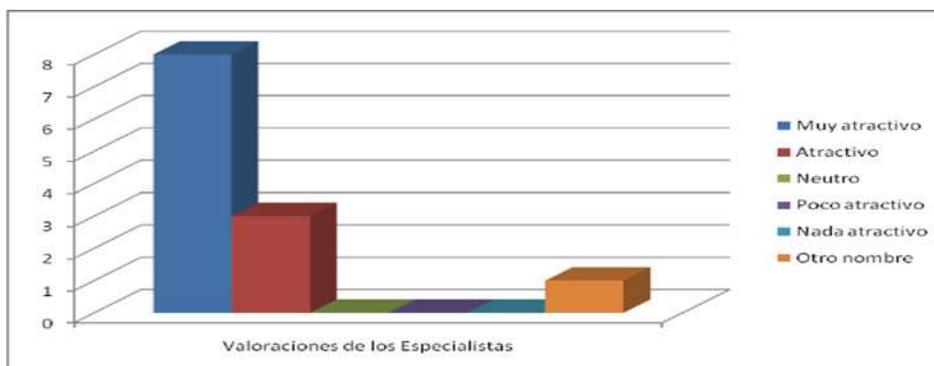


Grafico 1. Criterio de especialistas sobre el nombre del nuevo producto

3. ¿Cómo valoras los siguientes aspectos del nuevo servicio turístico? Instrucciones de propuesta (1 es muy malo y 5 muy positivo). Ver tabla 8.

Tabla 8. Valoraciones del nuevo servicio turístico.

	1	2	3	4	5
Atractivos utilizados		2	4	6	
Actividades turísticas			4	8	
Servicio de alojamiento		2	4	6	
Servicio de gastronomía		1	3	8	
Transportación		2	3	7	
Duración del servicio		2	6	4	
Autenticidad del producto			2	10	
Total		9	26	49	

Como se puede apreciar en la tabla 8, en la valoración realizada por los especialistas, los principales resultados se encuentran entre positivo y muy positivo, por lo que puede inferirse que el nuevo producto tendrá una muy buena acogida tanto por los clientes externos, o sea los extranjeros y nacionales que visitan el Hotel, así como por los clientes internos, dígase los trabajadores y directivos en sentido general.

3. ¿En qué por ciento (%) cree usted que el nuevo producto podría tener una demanda por los clientes canadienses y alemanes motivados por el turismo de naturaleza?

100% -A

75% -B

50% -C

25% -D

0% - E

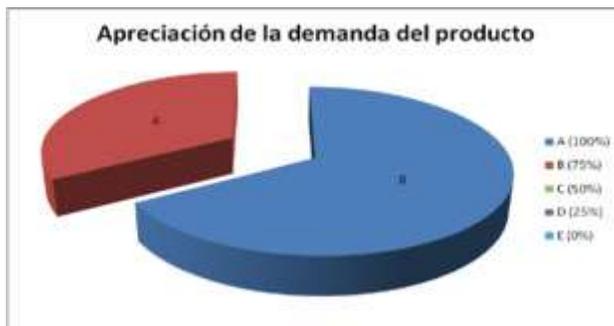


Gráfico 2. Demanda del nuevo producto por los clientes.

4. ¿Mediante que vías cree usted que podrá distribuirse el nuevo producto turístico?

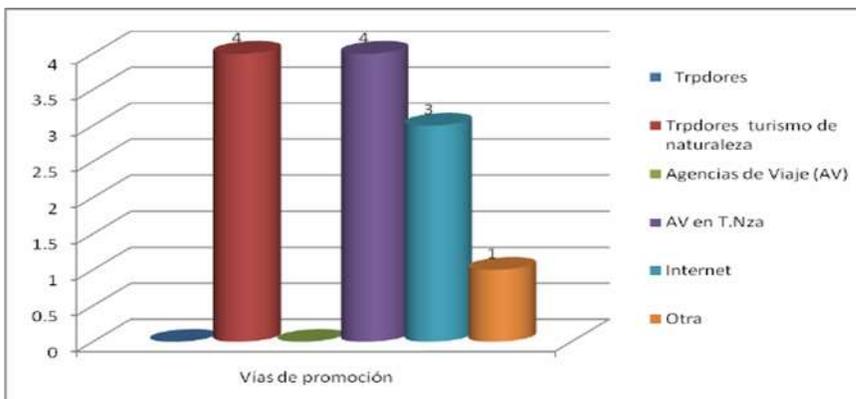


Gráfico 3. Vías para distribuirse el nuevo producto turístico.

5. Recomendaría usted paquetes del nuevo producto turístico "Las Aguas Termales de Pílon". Fue unánime que los 12 especialistas recomendaran el nuevo producto turístico.
6. ¿Qué sugerencia daría para mejorar el nuevo producto?
Que tenga una mayor duración los servicios prestados en el nuevo producto, para que el cliente tenga una mayor oportunidad de aprovecharlos y disfrutar más de ellos.

3.3 DISCUSIÓN

Los resultados de la última etapa avalan la discusión de los resultados de la investigación con los especialistas que fueron encuestados. Se debe agregar que procede entonces realizar por el propio grupo de investigadores de este trabajo, la realización de un proyecto

de desarrollo local que viabilice la realización de este producto turístico “Las Aguas Termales de Pílon”.

4 CONCLUSIONES.

1. Se realizó un estudio del perfil del mercado canadiense y alemán en el que se arribó a la existencia de una fuerte demanda del turismo naturaleza y salud en estos mercados, con un alto interés de los operadores de viajes internacionales y nacionales por el ecoturismo y el turismo de aventura.
2. Se diseñó el producto turístico “Las Aguas Termales de Pílon”, el cual fue evaluado satisfactoriamente por los especialistas consultados y es interés de los directivos de la Agencia de Viajes Ecotur Granma incorporarlo a su cartera de oportunidades, lo cual contribuirá a diversificar la oferta turística en la provincia.
3. Se determinaron las oportunidades existentes mediante un análisis de la demanda del mercado, de la oferta actual de producto, y de los competidores.
4. Se estructuró el producto y se realizó el proceso de prestación en cuanto a la transportación, gastronomía y alojamiento. 6. No se fijó su precio final, ni punto de equilibrio porque no se cuenta con la ficha de costo y se realizó un análisis del impacto medioambiente.
5. Se propusieron actividades para la comunicación y distribución del producto y finalmente se realizó un test de producto a especialistas para la evaluación del mismo mediante la web.

5 REFERENCIAS

- Funcia, C. (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
- Ministerio de Economía y Planificación. (2019). Resolución 145. Indicaciones metodológicas para la elaboración del plan 2020.
- Organización Mundial de Turismo. (2019). Informe sobre los Resultados del turismo internacional en 2018 y perspectivas para el 2019. Recuperado de: www.publications.unwto.org
- Organización Mundial de Turismo. (2017). Panorama del Turismo Internacional. Recuperado de: www.publications.unwto.org
- Consejo de Dirección del Complejo Turístico Marea del Portillo. (2019). Informe de Balance de la temporada 2017- 2018.

- CUBACOMENTA. (2018) Canadá y Cuba celebran llegada de turista 1 millón a la isla. Recuperado de: www.cuballama.com
- CUBADEBATE. (2019). Alemania apuesta por incrementar el turismo en Cuba. Recuperado de: www.cubadebate.cu
- CUBASI. (2017) Alemania reitera interés en el turismo cubano. Recuperado de: www.cubasi.cu
- Dirección General de Fomento de las Exportaciones del Ministerio de Fomento, Industria y Comercio de Nicaragua DG-FEX-MIFIC. (2015). Mercado del ecoturismo en Alemania.
- Gutauskas, A., Zanfardini, M. y Tamasni, L. (2016). Perfil del consumidor de turismo termal. Termas de Copahue. Revista Realidad, Tendencias y Desafíos en Turismo | CONDET. Año XVI. Volumen 14 - Noviembre de 2016. ISSN 2545-6199 | <http://www.condet.edu.ar>
- Oficina Nacional de Estadística e Información (2017). Provincia Granma, 2016. Recuperado de: [http:// www.onei.cu](http://www.onei.cu)
- Oficina Nacional de Estadística e Información (2019). Panorama Económico y Social de Cuba en 2018. Edición 2019. Recuperado de: [http:// www.onei.cu](http://www.onei.cu)
- Global Spa Summit. Spa & the Wellness Markets: Synergies and Opportunities. Citado por Escuela de Organización Industrial. (2013). Turismo de salud en España. Madrid, España: Creative Commons. Reconocimiento, No comercial, Compartir igual. Recuperado de www.eoi.es
- Gaceta Oficial de Cuba. (1999). Resolución Conjunta N°1 del MINTUR-CITMA-MINAGRI.