

Propuesta de oferta turística: “Sabores y tradiciones de la tierra roja. Experiencia rural en Artemisa”

Tourist Offer Proposal: "Flavors and Traditions of the Red Land. Rural Experience in Artemisa"

- ¹ Aridai Prada Mendoza  <https://orcid.org/0009-0001-1784-9188>
Licenciatura en Turismo, Universidad de La Habana, La Habana, Cuba
aridaipradamendoza@gmail.com
- ² Yanetzy Córdova García  <https://orcid.org/0009-0000-5455-0065>
Licenciatura en Turismo, Universidad de La Habana, La Habana, Cuba
ycordovaga@gmail.com
- ³ Yoan Hernández Flores  <https://orcid.org/0000-0003-1935-2594>
Profesor Auxiliar, Facultad de Turismo, Universidad de La Habana, La Habana, Cuba.
yoan961122@gmail.com



Artículo de Investigación Científica y Tecnológica

Enviado: 16/01/2025

Revisado: 14/02/2025

Aceptado: 05/03/2025

Publicado: 05/04/2025

DOI: <https://doi.org/10.33262/ct.v4i2.64>

Cítese: Prada Mendoza, A., Córdova García, Y., & Hernández Flores, Y. (2025). Propuesta de oferta turística: “Sabores y tradiciones de la tierra roja. Experiencia rural en Artemisa”. *Ciencia & Turismo*, 4(2), 86-104. <https://doi.org/10.33262/ct.v4i2.64>



CIENCIA & TURISMO, es una revista multidisciplinaria, trimestral, que se publicará en soporte electrónico tiene como misión contribuir a la formación de profesionales competentes con visión humanística y crítica que sean capaces de exponer sus resultados investigativos y científicos en la misma medida que se promueva mediante su intervención cambios positivos en la sociedad. <https://cienciadigital.org>
La revista es editada por la Editorial Ciencia Digital (Editorial de prestigio registrada en la Cámara Ecuatoriana de Libro con No de Afiliación 663) www.celibro.org.ec



Esta revista está protegida bajo una licencia Creative Commons AttributionNonCommercialNoDerivatives 4.0 International. Copia de la licencia: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



Palabras**claves:**

Turismo,
turismo rural,
Artemisa,
circuito
turístico,
desarrollo
sostenible.

Keywords:

Tourism, rural
tourism,
Artemisa,
tourist circuit,
sustainable
development.

Resumen

Introducción: El turismo necesita experiencias memorables para ser competitivo. Cuba, centrada en grandes complejos hoteleros, desaprovecha otras potencialidades. Destinos como Artemisa pueden usar su patrimonio natural y cultural para crear productos turísticos innovadores, sostenibles y atractivos para viajeros que buscan autenticidad. **Objetivo:** El objetivo de la presente investigación es diseñar el circuito turístico "Sabores y Tradiciones de la Tierra Roja: Experiencia Rural en Artemisa". **Metodología:** Se realizó una investigación descriptiva y mixta en cuatro fases: revisión bibliográfica, análisis PESTEL y de Porter (con métodos analítico-deductivos e inductivos), segmentación de la demanda mediante análisis clúster (IBM SPSS), y el diseño de un circuito turístico con evaluación de su viabilidad económica, social, comercial y ambiental, utilizando el marketing mix. **Resultados:** Se diseñó el circuito turístico "Sabores y Tradiciones de la Tierra Roja: Experiencia Rural en Artemisa" para abordar el bajo flujo turístico, aprovechando el potencial rural de la región. Este diseño, basado en el análisis de la competencia, el entorno y la demanda, tiene como objetivo atraer más visitantes y fomentar un desarrollo sostenible. **Conclusión:** El circuito se destaca por su autenticidad y atractivo, respondiendo a la demanda de turismo rural y resaltando la riqueza cultural de Artemisa. Es un proyecto viable y sostenible, respaldado por una estrategia de marketing que asegura su éxito y contribuye al desarrollo socioeconómico de la región. **Área de estudio general:** turismo. **Área de estudio específica:** comercialización.

Abstract

Introduction: Tourism needs memorable experiences to be competitive. Cuba, focused on large hotel complexes, is overlooking other potentials. Destinations like Artemisa can use their natural and cultural heritage to create innovative, sustainable, and attractive tourism products for authenticity-seeking travelers. **Objective:** The objective of this research is to design the tourist circuit "Flavors and Traditions of the Red Earth: A Rural Experience in Artemisa." **Methodology:** A descriptive and mixed-methods research was conducted in four phases: a literature review; PESTEL and Porter's Five Forces analyses (using analytical-deductive and inductive methods); tourist demand segmentation

using cluster analysis (IBM SPSS); and the design of a tourist circuit with an economic, social, commercial, and environmental viability assessment, utilizing the marketing mix. **Results:** The "Flavors and Traditions of the Red Earth: A Rural Experience in Artemisa" tourist circuit was designed to address low tourist flow, leveraging the region's rural potential. This design, based on the analysis of competition, the environment, and demand, aims to attract more tourists and foster sustainable development. **Conclusion:** The circuit stands out for its authenticity and appeal, responding to the demand for rural tourism and highlighting Artemisa's rich culture. It is a viable and sustainable project, supported by a marketing strategy that ensures its success and contributes to the socio-economic development of the region. **General area of study:** Tourism. **Specific area of study:** Marketing

1. Introducción

La dinámica del turismo impacta directamente a las comunidades, ya que los visitantes buscan destinos que ofrezcan disfrute y aprovechamiento de atractivos (Parra Cárdenas, 2020). Crear experiencias turísticas memorables y auténticas es crucial para la competitividad de los destinos (Serrano et al., 2021). Es por ello que, el diseño de productos turísticos debe integrar eficientemente alojamiento, gastronomía, transporte, guías, amenidades, infraestructuras y servicios para ofrecer una estancia de alta calidad y única (Cuenca et al., 2020; Naranjo & Martínez, 2022).

Se concuerda con Campines (2024) al enfatizar que el producto es clave en el marketing mix y debe alinearse con las necesidades del mercado objetivo; de lo contrario, su efectividad comercial se verá limitada (Izquierdo et al., 2020). La creación de productos turísticos debe entonces centrarse en la calidad y autenticidad de la experiencia, satisfaciendo las expectativas específicas de los viajeros (Serrano et al., 2023).

A pesar del crecimiento del sector turístico en Cuba, la política de desarrollo ha estado enfocada en grandes complejos hoteleros, descuidando el potencial de otros productos turísticos (Perelló Cabrera, 2019). Ejemplo de ello y de los territorios donde menor desarrollo de la actividad turística existe es la provincia de Artemisa. Esta provincia con su patrimonio natural excepcional, presenta una oportunidad para desarrollar productos turísticos innovadores y sostenibles que respondan a la demanda de experiencias auténticas. Creada en 2011, es principalmente agrícola y cuenta con paisajes en la Sierra

del Rosario y playas en Bauta. Aunque presenta un bajo nivel de desarrollo turístico, Soroa y Las Terrazas son excepciones con una oferta turística establecida (Hernández, 2020).

Los datos de la Oficina Nacional de Estadísticas e Información (ONEI; 2019, 2022) muestran un aumento del 1.30% en la población residente de 506,203 a 512,819, mientras que el número de visitantes varió dramáticamente: un pico en 2017 con 218,388 visitantes (47.3% más que en 2016) y una caída a 4,938 en 2020 (98% menos que en 2019). En 2022, se recuperó ligeramente a 4,312 visitantes.

Estos antecedentes sugieren que Artemisa tiene un potencial turístico inexplorado, especialmente en el contexto rural, más cuando ha existido interés por parte de la agencia de viajes ECOTUR de dinamizar la actividad en el territorio. La creación de un producto turístico innovador puede aprovechar el interés en experiencias auténticas y sostenibles, destacando la necesidad de estrategias efectivas para atraer turistas y consolidar a Artemisa como un destino turístico atractivo.

Es por ello que, a partir de los elementos anteriormente expuestos, se define como **problema de investigación:** ¿Cómo la agencia de viajes Ecotur? ¿SA puede aprovechar los recursos y atractivos naturales de Artemisa para el impulso de la modalidad de turismo rural, de modo que atraiga un mayor flujo de turistas?

Partiendo de esta problemática se consideró como **Objetivo general:** Diseñar el circuito turístico "Sabores y Tradiciones de la Tierra Roja: Experiencia Rural en Artemisa".

Este circuito busca potenciar el turismo rural en la provincia de Artemisa, integrando su patrimonio natural y cultural en una oferta innovadora y sostenible. El objetivo es aumentar el flujo de turistas nacionales e internacionales, promoviendo un desarrollo económico y social sostenible. Se enfocará en ofrecer experiencias auténticas y memorables, atendiendo la creciente demanda de turismo rural y personalización en los viajes, consolidando a Artemisa como un destino atractivo y competitivo.

2. Metodología

La Tabla 1 muestra la trayectoria de la presente investigación a partir de las experiencias de Guanache, Montesino, Márquez & Hernández (2024), la cual se clasifica según su alcance como descriptiva y se enmarca en una metodología mixta, integrando elementos cualitativos y cuantitativos debido a la naturaleza de las variables analizadas y las fuentes de información empleadas (Hernández-Sampieri y Mendoza, 2018). Se desarrolló en Artemisa, una provincia que abarca una extensión superficial de 4004,27 km² y del total de habitantes el 30,15 % reside en áreas rurales.

Tabla 1

Trayectoria metodológica

FASES		ETAPAS
Fase Preparatoria	Revisión Bibliográfica	1. Identificación de las fuentes primarias y secundarias de información
Fase 1	Análisis del entorno	1. Análisis del macroentorno 2. Análisis del microentorno
Fase 2	De Campo	1. Procesamiento de encuestas. 2. Segmentación de la demanda. 3. Caracterización del segmento de demanda objetivo.
Fase 3	Diseño de la oferta	1. Desarrollo del circuito turístico atendiendo a las variables del marketing
Fase 4	Evaluación	1. Viabilidad del circuito turístico

Fuente: Elaboración propia a partir de Guanche et al. (2024).

La trayectoria de la investigación comprende varias fases (Tabla 1). En la fase preparatoria, se realizó un análisis documental mediante la revisión de literatura relevante, incluyendo artículos científicos y publicaciones especializadas. En la Fase 1, se llevaron a cabo dos etapas: primero, un análisis del macroentorno utilizando la herramienta PESTEL, seguido de un análisis del microentorno a través de las Cinco Fuerzas Competitivas de Michael Porter, aplicando métodos analítico-deductivos e inducción-deducción. En la Fase 2, se procesaron encuestas administradas a través de *Google Forms* y se realizó una segmentación por beneficios utilizando la técnica de clúster jerárquico con el *software IBM SPSS Versión 22*. Finalmente, se caracterizó el segmento de demanda objetivo evaluando su tamaño, potencial de crecimiento y atractivo estructural. En la fase 3, se diseñó un circuito turístico aplicando las variables del mix del marketing (producto, precio, distribución y promoción), precedido por una tormenta de ideas. En la última fase, se evaluó la viabilidad económica, social, comercial y medioambiental de la propuesta turística para asegurar un desarrollo sostenible y equilibrado.

3. Resultados

Análisis del entorno

Realizar un análisis del entorno es un ejercicio dinámico de carácter permanente para cualquier organización cuyo objetivo sea mantenerse a lo largo del tiempo (Buñay et al., 2023). Asimismo, antes de lanzar una oferta turística es crucial ya que permite identificar oportunidades emergentes en el mercado, como nuevas tendencias de viaje o nichos de

mercado desatendidos. Además, facilita la comprensión de la competencia, lo que resulta fundamental para poder diferenciarse y posicionarse estratégicamente. De igual manera, este análisis ayuda a adaptarse al entorno, considerando factores externos tales como cambios en la legislación, la situación económica o eventos imprevistos.

Análisis del Macroentorno

El análisis PESTEL (factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ambientales y legales) es una herramienta estratégica empleada para examinar los factores macro ambientales. Consiste en identificar y evaluar estos factores para determinar su impacto en las operaciones y en los procesos de toma de decisiones (Trejo et al., 2023). Esta investigación utiliza un análisis PESTEL como se muestra en la tabla 2 para evaluar el macroentorno cubano y su impacto en el desarrollo turístico de Artemisa

Tabla 2

Análisis del macroentorno

Político	Económico	Social
<ul style="list-style-type: none"> - Conexión sector estatal y privado para dinamizar economía. - Acuerdos bilaterales con Rusia y Venezuela. - Efecto Bloqueo Económico y Comercial impuesto por EE.UU - Sistema político y social estable. 	<ul style="list-style-type: none"> - Decrecimiento del PIB del país. - Bancarización. - Diferencia en el precio del dólar en el mercado formal e informal. - Variedad de monedas en circulación. - Inflación de los precios. - Salarios bajos en el sector estatal - Escasez de productos - Crecimiento de la tasa de desempleo 	<ul style="list-style-type: none"> - Alto nivel educativo - Sincretismo religioso - Tendencia migratoria - Fluctuación del personal hacia empresas privadas y otros países. - Aumento del nivel de delincuencia - Altos índices de pobreza - Búsqueda de innovación empresarial - Alta tasa de desempleo
Tecnológico	Ecológico	Legal
<ul style="list-style-type: none"> - Débil acceso a Internet - Sistema Suite ZUN de gestión turística - Plataformas de pago y promoción online - Desarrollo de la web 2.0 - Promociones de ETECSA - Fortalecimiento de sistemas de Ciberseguridad - Desarrollo de pasarelas de pago online oficiales: Transfermóvil y Enzona. - Utilización del comercio electrónico. 	<ul style="list-style-type: none"> - Desarrollo del uso de energías renovables - Proyecto IRES - Plan de Estado, Tarea Vida - Proyecto del Bojeo a Cuba - Decreto-Ley 201 "Del Sistema Nacional de Áreas Protegidas" - Ley 150/2022 "Del Sistema de los Recursos Naturales y el Medio Ambiente" - Intensidad de ciclones y huracanes - Sobreexplotación para la alimentación y medicina 	<ul style="list-style-type: none"> - Lineamientos de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución 2021-2026. - Decreto-Ley 44/2021 "Sobre el ejercicio del Trabajo por Cuenta Propia - Decreto-Ley 46/2021 "Sobre las micro, pequeñas y medianas empresas" - Proclama Presidencial 3447 - Decreto-Ley No. 370/2018 - Decreto-Ley 35. (telecomunicaciones) - Resolución 111 de 2023 de Banco Central de Cuba.

Fuente: Elaboración propia a partir del análisis PESTEL.

Análisis del Microentorno:

Los elementos del microentorno actúan en el medio más inmediato al producto e inciden de forma directa y específica sobre él y se agrupan en cuatro grupos principales: suministradores, competidores, intermediarios e instituciones y colectivos interesados. Michael Porter (1998) determinó cinco fuerzas genéricas competitivas, las cuales son herramientas eficaces en el análisis de la influencia de los grupos específicos de suministradores y competidores.

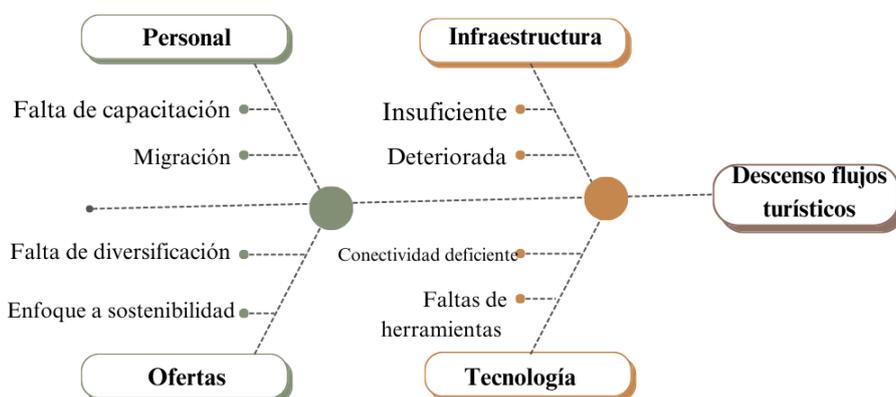
- Rivalidad entre los competidores existentes: Campismo Popular y agencias privadas compiten directamente en el turismo rural en Artemisa, mientras que Havanatur y Cubatur son competidores indirectos. La rivalidad es alta debido a la consolidación y promoción de estas instituciones.
- Amenaza de entrada de nuevos competidores: La alta inversión inicial y la diferenciación del producto son barreras significativas. Aunque la popularidad del turismo rural está en auge, la amenaza de nuevos competidores se considera media.
- Amenaza de productos sustitutos: Aunque Viñales y otros destinos más atractivos representan una amenaza, la diferenciación del producto en Artemisa orientado a un mercado específico reduce esta amenaza a un nivel medio.
- Poder de negociación de los clientes: La proximidad a otras zonas turísticas en Occidente otorga a los clientes un poder de compra medio-alto, ya que pueden comparar y elegir entre diversas opciones.
- Poder de negociación de los proveedores: La red de proveedores es limitada y concentrada en entidades estatales, lo que puede afectar la disponibilidad de insumos. Sin embargo, la demanda de provisiones adicionales es baja debido a la naturaleza del turismo rural enfocado en la experiencia natural y rural del destino.

Tormenta de ideas

La situación turística en la provincia de Artemisa ha sido problemática en los últimos años debido a un descenso en los flujos turísticos y al deterioro continuo de las edificaciones por falta de mantenimiento. Las insuficiencias en la estructura turística han provocado esta disminución, afectando la actividad turística y los ingresos provinciales, información obtenida mediante el análisis documental y el criterio de expertos. Los factores principales que influyen en este descenso se muestran en la figura 1.

Figura 1

Diagrama de Ishikawa. Disminución de flujos turísticos



Para contrarrestar esta situación, se propone diversificar la oferta turística de la provincia, que actualmente se centra en el turismo de naturaleza. Se sugiere desarrollar actividades vinculadas al turismo urbano, de eventos y, especialmente, al turismo rural. Debido al deterioro de las edificaciones y la limitada cantidad de eventos, el turismo rural se presenta como la opción ideal. Este tipo de turismo puede desarrollarse todo el año, asegurando un flujo constante de turistas e ingresos estables, sin depender de estructuras de lujo. Además, aprovecharía las potencialidades del territorio, como su abundante flora y fauna, su carácter agrícola y su mayor población rural.

De campo

Segmentación de la demanda:

Con el objetivo de realizar la segmentación de la demanda, la población objeto de estudio fue de 4312 visitantes que tuvo la provincia de Artemisa en el año 2022, según datos obtenidos por la ONEI (2022), lo que convierte al dato en la población a investigar. Luego, se tomó una muestra a encuestar, con un margen de error del 10 % y un índice de confiabilidad de 95 %, empleando la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Nz^2pq}{(N - 1)E^2 + z^2pq}$$

Para conocer las necesidades y preferencias de los clientes, se calculó que una muestra de 94 personas sería suficiente para obtener datos representativos. En base a este cálculo, se diseñó una encuesta online, que permitió identificar los beneficios más importantes que los clientes buscan, para de esta forma, poder diseñar la oferta turística.

Finalmente, para realizar la segmentación por beneficios, se procesaron los datos de la encuesta mediante el software SPSS (Statistical Package for Social Sciences). Se aplicó un análisis de clúster jerárquico, el cual permitió agrupar a los visitantes en tres grupos distintos como se muestra a continuación (tabla 3).

Tabla 3

Perfiles de viajeros rurales en Artemisa:

Variable	Segmento 1: Familias que buscan tranquilidad y experiencias auténticas	Segmento 2: Parejas que buscan cultura y aventura	Segmento 3: Familias que buscan aprender y disfrutar
Edad	Mujeres (26-40 años)	Mujeres y hombres (26-40 años)	Familias con jóvenes (18-26 años)
Preferencias de Alojamiento	Fincas rurales acogedoras	Fincas rurales rústicas y auténticas	Fincas rurales con ambiente familiar
Actividades Preferidas	Observación de aves, paseos por el campo, vida rural	Actividades al aire libre, paseos a caballo, actividades agrícolas y ganaderas	Observación de flora y fauna, visitas a plantaciones y granjas, cocina tradicional
Comida	Saludable y nutritiva, productos locales	Comida tradicional cubana	Orgánica y ecológica
Sostenibilidad	Prioridad alta	Valorada	Valorada
Presupuesto	Menos de \$100, actividades entre \$50 y \$250	\$100 a \$300, actividades más de \$250	Similar al primer grupo
Duración del Viaje	3 días y 2 noches	3 días y 2 noches	3 días y 2 noches
Organización del Viaje	Reservan por su cuenta	Reservan por su cuenta	Reservan por su cuenta

Caracterización del segmento de demanda objetivo

El segmento de "Parejas que buscan cultura y aventura" representa el 39,36% de la muestra analizada, lo que indica una alta demanda de experiencias de turismo rural en Cuba. ECOTUR SA identifica una oportunidad significativa en este segmento, dado el interés creciente por experiencias auténticas y sostenibles. La oferta única de Artemisa, combinada con la tendencia global hacia el turismo responsable, sugiere un gran potencial de crecimiento para un circuito turístico rural en la región, que podría atraer a viajeros interesados en la cultura local y experiencias personalizadas.

El análisis de las 5 fuerzas de Porter indica que el mercado del turismo rural en Artemisa es competitivo, con una rivalidad considerable debido a competidores como Campismo Popular y agencias privadas. Sin embargo, el enfoque en la sostenibilidad y la cultura local puede diferenciar el circuito propuesto frente a destinos similares como Viñales. Aunque el poder de negociación de los clientes es medio-alto, la disposición de este segmento a pagar por experiencias de calidad y su interés en actividades rurales sugiere un alto potencial de fidelización. Al centrarse en este grupo, ECOTUR SA podría

impulsar significativamente el flujo turístico y el gasto en Artemisa, consolidando la región como un destino turístico destacado.

Diseño de la Oferta turística: "Sabores y Tradiciones de la Tierra Roja: Experiencia Rural en Artemisa"

Desarrollo del circuito atendiendo a las variables del marketing mix

Producto

Descripción: *Sumérgete en la belleza de la campiña cubana en este circuito de 3 días y 2 noches en la región de Artemisa. Vive una experiencia agro-cultural auténtica, conectando con la naturaleza, aprendiendo sobre las tradiciones rurales y disfrutando de la deliciosa gastronomía local.*

- Producto básico: Ofrecer una “escapada” al campo y un acercamiento a la vida de las comunidades locales realizando actividades rurales en conjunto, brindándoles conocimiento y disfrute de las bondades de la naturaleza y la ecología.
- Producto aumentado: En aras de otorgarle un valor añadido a la oferta, se les entregará:
 - Un juego de postales de la cabaña y un almanaque con imágenes del paisaje de la localidad de Soroa.
 - El circuito se desarrollará en un ambiente 100% natural y tranquilo, resaltando los valores de los recursos naturales de la región.
 - Una semilla de orquídea y un manual con instrucciones para su siembra y cuidado, será otorgado en el Orquidiario de Soroa, donde cuentan con un banco de semillas con más de medio centenar de especies cubanas.

En la Tabla 4 se muestra el programa general diseñado.

Tabla 4

Programa del circuito

Día 1		
Horario		Actividades
mañana	9:00 am	Llegada e instalación en la Cabaña Miramontes, bienvenida con una bebida típica.
	9:45 am	Recorrido por la cabaña con el anfitrión, familiarizándose con el lugar y conociendo el funcionamiento.
	10:30 - 11:30 am	Recogida de frutas típicas.
mediodía	11:45am- 1:45 pm	Taller de comida tradicional cubana con alimentos frescos de la finca y degustación de los platos preparados.



Tabla 4
Programa del circuito (continuación)

Día 1		
Horario		Actividades
tarde	2:30 pm	Recorridos por senderos famosos de Soroa para observar la flora y fauna típicas
	3:45 pm	Visita a plantaciones de café para conocer el proceso de cultivo y recogida y degustación del mismo.
	4:15 -5:00 pm	Paseo en bicicleta por las comunidades locales para conocer sus costumbres y cultura e intercambiando con la naturaleza.
noche	5:00- 6:30 pm	Tiempo libre para relajarse, descansar y disfrutar la tranquilidad del campo.
	7:00 -8:00 pm	Cena de platos tradicionales con música tradicional en vivo para disfrutar el ritmo cubano y degustación de postres locales.
	8:30 pm	Tiempo para observar las estrellas y disfrutar la tranquilidad nocturna de la finca en pareja o para realizar actividades nocturnas en lugares cercanos.
Día 2		
mañana	8:00 -8:30 am	Desayuno tradicional cubano en la finca
	8:45 am	Excursión a Las Terrazas (visita a casa Polo Montañés, canopy, recorrido por el lugar, actividades en el agua, baño en ríos...) *El que no pretenda asistir a la excursión podrá quedarse realizando actividades como la siembra de árboles y el cultivo de plantas o simplemente relajarse en la tranquilidad del campo.
mediodía	1:30 m	Almuerzo en restaurantes cercanos (hotel Moka, Casa del Campesino, Cafetal Buenavista, centro de Actividades Acuáticas) * a elección del turista. *El que no desee asistir a la excursión puede almorzar en algún restaurante local de su elección.
tarde	2:15 pm	Regreso a Soroa
	2:45 pm	Visita a fincas para realizar actividades agrícolas y ganaderas
	4:30 – 6:15 pm	Paseo a caballo y visita a ruinas de cafetales para conocer la historia vinculado a la aventura
noche	7:00 pm	Cena romántica de despedida bajo las estrellas.
Día 3		
mañana	7:45 – 8:30 am	Desayuno y salida de la Cabaña
	8:30 – 9:15 am	Recorrido por Soroa
	9:15 – 10:15 am	Observación de aves
	10:15 – 11:30 am	Visita al Orquidiario de Soroa
	mediodía	11: 45 – 2:00 pm

Tabla 4

Programa del circuito (continuación)

Día 1		
Horario	Actividades	
tarde	2:15 pm	Traslado a la residencia original
Incluye:		
<ul style="list-style-type: none"> • Alojamiento en Cabaña Miramontes por 2 noches • Desayunos tradicionales cubanos. • Almuerzos dentro de las actividades propuestas • Cenas • Degustación de productos locales (jugos, café, frutas) • Taller de cocina • Visita a plantaciones de café. • Recorrido a senderos. • Visita al Orquidiario y al Castillo de las Nubes (transporte y regalo de despedida en el orquidiario) • Alquiler de bicicletas para recorridos por Soroa. • Paseo a caballos • Transporte hacia y desde la finca 		
No incluye:		
<ul style="list-style-type: none"> • Gastos personales • Bebidas alcohólicas • Propinas • Excursión a Las Terrazas (transporte, actividades, comidas). • Almuerzo del día 2 • Actividades en el Castillo de las Nubes (almuerzo, alquiler de binoculares) 		

* Para los sitios de alojamiento también contamos con otras fincas de Soroa, entonces, cuando se mencione la Cabaña Miramontes en la propuesta se estará haciendo referencia además a la Finca La Excelencia y otras cercanas.

El programa del circuito se muestra en la tabla 4 pero, si durante el tiempo del viaje coincide con eventos locales el turista puede participar, dentro de los acontecimientos a los que puede asistir están:

- *Festival de la Montaña*: un evento anual que se celebra en la Sierra del Rosario y que incluye actividades al aire libre como caminatas, paseos a caballo y deportes extremos.
- *Fiesta de la Cosecha*: un evento anual que se celebra en el pueblo de Soroa y que incluye actividades como la recolección de frutas y verduras, degustaciones de comida local y presentaciones culturales.

La propuesta se puede realizar en cualquier época del año, pero preferiblemente fuera de la temporada de lluvia para poder disfrutar de un mejor clima.

Precio

Para determinar el precio del producto se hizo necesario inicialmente clasificar los costos asociados al mismo (en costos fijos y variables) para luego establecer un precio de venta unitario, teniendo en cuenta que la propuesta está diseñada para un máximo de 16 personas (8 parejas). Lo propuesto es un estimado inicial, lo cual deberá negociarse con la agencia receptiva y ajustar a los precios reales del mercado.

La estimación realizada es la siguiente:

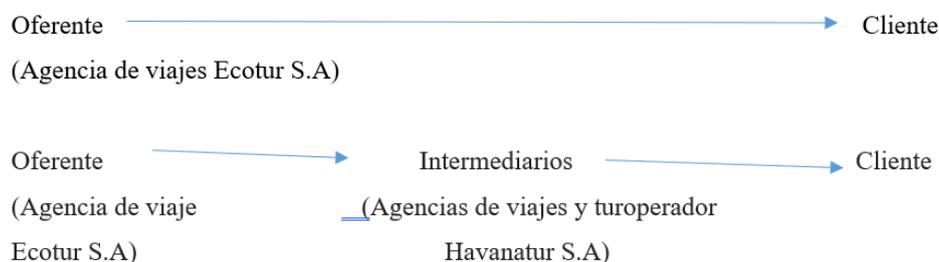
Costos variables unitarios	6725
<u>Costos variables totales</u>	107600
Costos fijos unitarios	1523.5
<u>Costos fijos totales</u>	24376

Con ello y presentando un beneficio del 15% para la agencia se estima que el precio unitario de venta estimado del producto sería de \$10909 o 91 USD. Si se llena el total de capacidades que presenta la oferta (16 personas) las ventas totales llegarían a \$174544 MN o 1456 USD aproximadamente.

Distribución:

La oferta turística del circuito de turismo rural en Artemisa se distribuirá mediante dos canales: directo e indirecto. El canal directo se centra en establecer una relación personalizada con el consumidor final a través de plataformas propias como la página web, redes sociales y contacto telefónico. Esto permitirá gestionar la comunicación y reservas de manera individualizada, creando un vínculo más cercano con los clientes. Para potenciar este canal, se colaborará con Ecotur S.A., una agencia especializada en turismo de naturaleza, que facilitará la comercialización del circuito en su página web, ofreciendo información detallada y opciones de reserva online.

Por otro lado, el canal indirecto busca ampliar el alcance de la oferta a través de intermediarios como agencias de viajes y operadores turísticos. En este sentido, se trabajará con Havanatur S.A., una agencia líder en turismo internacional cubano, para integrar el circuito en un portafolio más diverso. Esta estrategia permitirá atraer a un público variado y aprovechar la infraestructura y presencia de estos colaboradores. Se priorizará la calidad y autenticidad de la experiencia turística, garantizando una conexión genuina con la naturaleza y optimizando las oportunidades de venta mediante colaboraciones en marketing.

Figura: 2*Canales de distribución**Promoción*

Para promocionar el circuito turístico "Sabores y tradiciones de la Tierra Roja: Experiencia Rural en Artemisa", se han implementado las siguientes acciones:

- Creación del sitio web: <https://ruralescapescom.wordpress.com/> como centro de información.
- Cuentas en redes sociales: Instagram y Facebook para conectar con el público objetivo.
- Contenido visual: Compartir imágenes y videos sobre la belleza natural de Artemisa y las actividades del circuito.
- Campañas publicitarias: Lanzamiento en plataformas digitales como *Google Ads* y *Facebook Ads* para aumentar la visibilidad.
- Estrategia de contenido: Producción de videos y artículos que destacan la autenticidad, la cultura local y la sostenibilidad.
- Alianzas con influencers: Colaboraciones con influencers del turismo rural y sostenible.
- Participación en ferias turísticas: Presencia en ferias nacionales e internacionales.
- Organización de eventos promocionales: Talleres y degustaciones de productos locales.
- Base de datos de clientes potenciales: Envío de *newsletters* con información actualizada y promociones exclusivas.
- Diseño de la estrategia de promoción: Considerando el público objetivo, el presupuesto, los objetivos de la campaña, el análisis de la competencia y la estrategia general del circuito.

Evaluación de la propuesta turística

La viabilidad del circuito turístico se realizó atendiendo a la dimensión económica, política y social, teniendo en cuenta varios factores correspondientes a cada una de las dimensiones antes mencionadas, los cuales se evaluaron atendiendo al impacto, ya sea

alto medio o bajo como se muestra en la tabla 5, donde se puede observar que sí es viable la implementación de la oferta turística.

Tabla 5

Viabilidad del circuito

Aspecto	Factores	Alta	Media	Baja
Económica	Costos cubiertos con un mínimo de 6 participantes	X		
	Propuesta económicamente viable	X		
	Protección del entorno natural y capacidad de carga		X	
	Rentabilidad en función del volumen de ventas		X	
	Dependencia de fluctuaciones de costos			X
	Acceso a financiamiento			X
Social	Impacto positivo en la economía local	X		
	Generación de empleo en el sector turístico	X		
	Crecimiento de pequeños negocios		X	
	Mejora de la calidad de vida de los habitantes		X	
	Fomento de la identidad local y cohesión social	X		
	Participación activa de la comunidad	X		
Medioambiental	Minimización de huella ambiental	X		
	Uso de energías renovables	X		
	Prácticas sostenibles en gestión de recursos	X		
	Preservación del medio ambiente		X	
	Promoción de agroturismo y agricultura ecológica		X	
	Resiliencia frente al cambio climático	X		

4. Conclusiones

- El entorno micro y macro de Artemisa es propicio para el desarrollo del circuito turístico, debido a la creciente demanda de turismo rural, la riqueza cultural, la belleza natural, la infraestructura existente y la colaboración local.

- El diseño de la oferta turística, considerando las variables de marketing, crea una experiencia atractiva e integral. La autenticidad de la propuesta, su inmersión en la cultura rural y la conexión con la naturaleza la diferencian de ofertas turísticas convencionales.
- El proyecto es económicamente viable, con un mercado objetivo identificado y proyecciones de rentabilidad positivas. La evaluación también demostró su sostenibilidad social y ambiental.
- La combinación de un producto atractivo, un plan de marketing estratégico y un compromiso con la sostenibilidad asegura un alto potencial de éxito para el circuito turístico. Esto promueve el desarrollo socioeconómico de Artemisa y un turismo rural sostenible en Cuba.

5. Conflicto de intereses

Los autores declaramos que no existe conflicto de intereses en relación con el artículo presentado.

6. Declaración de contribución de los autores

Las autoras contribuyeron significativamente en la elaboración del artículo.

7. Costos de financiamiento

La presente investigación fue financiada en su totalidad con fondos propios de los autores.

8. Referencias Bibliográficas

- Buñay Cantos, J. P., Carrión Aguilar, R. A., & Villamar Poguave, W. G. (2023). Análisis del entorno económico internacional y su incidencia en los negocios internacionales. *Revista Polo del Conocimiento*, 8(8), 2420-2434. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9152345>
- Campines Barría, F. J. (2024). Elementos del marketing mix y sus características en beneficio de las actividades empresariales. *Revista Científica Ciencia Latina*, 8(1), 1324-1337. https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v8i1.9524.
- Guanche Díaz, A., Montesino Pérez, A., Márquez Orta, I. M., & Hernández Flores, Y. (2024). Proposal for a tourism development plan in the municipality of Baracoa. *Explorador Digital*, 8(2), 6-26. <https://doi.org/10.33262/exploradordigital.v8i2.2945>
- Hernández Rodríguez, G. C. (2020). Propuestas de uso funcional para potenciar el turismo en el Municipio Artemisa como vía de desarrollo local. *Explorador Digital*, 4(3), 51-61. <https://doi.org/10.33262/exploradordigital.v4i3.1279>

- Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*.
<https://virtual.cuautitlan.unam.mx/rudics/?p=2612>
- Izquierdo Morán, A. M., Viteri Intriago, D. A., Baque Villanueva, L. K., & Zambrano Navarrete, S.A. (2020). Estrategias de marketing para la comercialización de producto biodegradables de aseo y limpieza de la empresa Quibisa. *Revista Universidad y Sociedad*, 12(4), 399-406.
http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202020000400399.
- Naranjo Lluart, M. R., & Martínez Rodríguez, M. A. (2020). La oferta turística precisiones teóricas para su análisis. *Revista Encuentros*, (16), 406-422.
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8563193>
- Oficina Nacional de Estadística e Información [ONEI]. (2019). *Anuario Estadístico de Artemisa Edición 2019*. <https://www.onei.gob.cu/aep-artemisa-2019>
- Oficina Nacional de Estadística e Información [ONEI]. (2022). *Anuario Estadístico de Artemisa Edición 2022*. <https://www.onei.gob.cu/aep-artemisa-2022>.
- Parra Cárdenas, A. V. (2020). El carácter complejo de la competitividad en destinos turísticos rurales: consideraciones para estudios turísticos. *Conrado*, 16(74), 225-230. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1990-86442020000300225&lng=es&tlng=es
- Perelló Cabrera, J. L. (2019). Turismo y desarrollo territorial en el modelo económico y social de Cuba. *Revista Turismo y Desarrollo local*, 8(18).
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8068905.pdf>.
- Porter, M. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for analyzing Industries and competitors*. Nueva York: Free Press.
- Sánchez Cuenca, L. M., Martínez Romero, D. A., & Parra Loayza, D. C. (2020). Determinación del producto turístico basado en ecoturismo por medio de la potencialidad: Caso parroquias rurales de Santa Rosa, El Oro, Ecuador. *Revista Turismo, desarrollo y buen vivir*. (14), 7-23.
<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7678370.pdf>.
- Serrano Amado, A. M., Montoya Restrepo, L.A., & Amado Cely, N. P. (2021). La Competitividad Turística. Una Aproximación Desde El Departamento De Boyacá, Colombia. *Revista de la Facultad de Ciencias Económicas y*

Administrativas. Universidad de Nariño, 22(1), 226-253.

<https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7715314.pdf>

Serrano Leyva, B, Feria Velázquez, F & Díaz Pompa, F. (2023). Productos turísticos creativos e innovadores. Potencialidades de destinos turísticos cubanos.

Universidad de la Rioja, 5(39).

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8849800>

Trejo Lozano, R., Sánchez Guzmán, A., Pérez Carrizales, J. M., Moreno Cuevas, Z., & González Panzo, B. (2023). Análisis de Factores Internos y Externos Mediante las Herramientas de PESTEL y FODA en una Empresa de Corte Laser en el Estado de Tlaxcala. *Revista Ciencia Latina, 7(5), 8461-8474.*

<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9482076>

El artículo que se publica es de exclusiva responsabilidad de los autores y no necesariamente reflejan el pensamiento de la **Revista Ciencia & Turismo**.



El artículo queda en propiedad de la revista y, por tanto, su publicación parcial y/o total en otro medio tiene que ser autorizado por el director de la **Revista Ciencia & Turismo**.

