



Perspectivas multidisciplinares del turismo: Desafíos y oportunidades en Cuba y México

Compiladores

Félix Díaz-Pompa
Olga Lidia Ortiz-Pérez
Sara Nidhya Camacho Estrada
Luis Efraín Velastegui López

ISBN: 978-9942-7135-4-4



9 789942 713544

El libro **Perspectivas multidisciplinares del turismo: Desafíos y oportunidades en Cuba y México** está avalado por un sistema de evaluación por pares doble ciego, también conocido en inglés como sistemas “*double-blind paper review*” registrados en la base de datos de la **EDITORIAL CIENCIA DIGITAL** con registro en la Cámara Ecuatoriana del Libros No.663 para la revisión de libros, capítulos de libros o compilación.

Evaluadores:

-  **Dr. C. Adriana Nieva Vázquez** (Benemérita Universidad Autónoma de Puebla)
-  **Dr. C. Fernando Utrera Quintana** (Benemérita Universidad Autónoma de Puebla)

ISBN_ 978-9942-7135-4-4

Primera edición, mayo 2024

Edición con fines didácticos

Coeditado e impreso en Ambato - Ecuador

El libro que se publica es de exclusiva responsabilidad de los autores y no necesariamente reflejan el pensamiento de la **Editorial Ciencia Digital**.

El libro queda en propiedad de la editorial y por tanto su publicación parcial y/o total en otro medio tiene que ser autorizado por el director de la **Editorial Ciencia Digital**.



Jardín Ambateño, Ambato, Ecuador

Teléfono: 0998235485 – 032-511262

Publicación:

w: www.cienciadigitaleditorial.com

w: <http://libros.cienciadigital.org/index.php/CienciaDigitalEditorial>

e: luisefrainvelastegui@cienciadigital.org

AUTORES

- ◉ **Félix Díaz Pompa**
(Universidad de Holguín)
- ◉ **Olga Lidia Ortiz Pérez**
(Universidad de Holguín)
- ◉ **Sara Nidhya Camacho Estrada**
(Universidad Técnica de Ambato)
- ◉ **Luis Efraín Velastegui López**
(Universidad Bolivariana del Ecuador)



ISBN: 978-9942-7135-4-4



La **Editorial Ciencia Digital**, creada por Dr.C. Efraín Velasteguí López PhD. en 2017, está inscrita en la Cámara Ecuatoriana del Libro con registro editorial No. 663.

El **objetivo** fundamental de la **Editorial Ciencia Digital** es un observatorio y lugar de intercambio de referencia en relación con la investigación, la didáctica y la práctica artística de la escritura. Reivindica a un tiempo los espacios tradicionales para el texto y la experimentación con los nuevos lenguajes, haciendo de puente entre las distintas sensibilidades y concepciones de la literatura.

El acceso libre y universal a la cultura es un valor que promueve Editorial Ciencia Digital a las nuevas tecnologías esta difusión tiene un alcance global. Muchas de nuestras actividades están enfocadas en este sentido, como la biblioteca digital, las publicaciones digitales, a la investigación y el desarrollo.

Desde su creación, la Editorial Ciencia Digital ha venido desarrollando una intensa actividad abarcando las siguientes áreas:

- Edición de libros y capítulos de libros
- Memoria de congresos científicos
- Red de Investigación

Editorial de las revistas indexadas en Latindex 2.0 y en diferentes bases de datos y repositorios: **Ciencia Digital** (ISSN 2602-8085), **Visionario Digital** (ISSN 2602-8506), **Explorador Digital** (ISSN 2661-6831), **Conciencia Digital** (ISSN 2600-5859), **Anatomía Digital** (ISSN 2697-3391) & **Alfa Publicaciones** (ISSN 2773-7330).



ISBN: 978-9942-7135-4-4



ISBN: 978-9942-7135-4-4 Versión Electrónica

-
- Los aportes para la publicación de esta obra, está constituido por la experiencia de los investigadores

EDITORIAL REVISTA CIENCIA DIGITAL



Efraín Velasteguí López¹

Contacto: Ciencia Digital, Jardín Ambateño, Ambato- Ecuador

Teléfono: 0998235485 - 032511262

Publicación:

w: www.cienciadigitaleditorial.com

e: luisefrainvelastegui@cienciadigital.org

Editora Ejecutiva

Dr. Tatiana Carrasco R.

¹ **Efraín Velasteguí López:** Magister en Tecnología de la Información y Multimedia Educativa, Magister en Docencia y Currículo para la Educación Superior, Doctor (**PhD**) en Ciencia Pedagógicas por la Universidad de Matanza Camilo Cien Fuegos Cuba, **Postdoctorado** en Estrategias Didácticas para la Investigación, cuenta con más de 200 publicaciones en revista indexadas en Latindex y Scopus, 21 ponencias a nivel nacional e internacional, 16 libros con ISBN, en multimedia educativa registrada en la cámara ecuatoriano del libro, tres patente de la marca Ciencia Digital, Acreditación en la categorización de investigadores nacionales y extranjeros Registro REG-INV-18-02074, Director, editor de las revistas indexadas en Latindex Catalogo 2.0, Ciencia Digital, Visionario Digital, Explorador Digital, Conciencia Digital, Anatomía Digital, Alfa Publicaciones y editorial Ciencia Digital registro editorial No 663. Cámara Ecuatoriana del libro director de la Red de Investigación Ciencia Digital, emitido mediante Acuerdo Nro. SENESCYT-2018-040, con número de registro REG-RED-18-0063

EJEMPLAR GRATUITO



PROHIBIDA SU VENTA

El “copyright” y todos los derechos de propiedad intelectual y/o industrial sobre el contenido de esta edición son propiedad de CDE. No está permitida la reproducción total y/o parcial de esta obra, ni su tratamiento informático, ni la transmisión de ninguna forma o por cualquier medio, electrónico, mecánico, por fotocopia o por registro u otros medios, salvo cuando se realice con fines académicos o científicos y estrictamente no comerciales y gratuitos, debiendo citar en todo caso a la editorial.

Índice

Introducción	12
Capítulo I. Inventario de recursos turísticos, premisa para convertir a Guardalavaca en un destino sostenible e inteligente	13
Evelina Cardet Fernández	
Rosa Isidora Palao Fuentes	
Justa Ramona Medina Labrada	
Capítulo II. Promoviendo el crecimiento de Startups turísticas: un estudio de las aceleradoras de negocios en México	29
Rosa María del Consuelo Rivera Villegas	
Jesús Mejía Encarnación	
Rafael Carrera García	
Capítulo III. Análisis factorial exploratorio para las percepciones de los clientes sobre un hotel seguro en la era post-Covid-19	48
Lianet Suárez-Cuba	
Dayana González-Hernández	
Gül Erkol Bayram	
Capítulo IV. Innovación tecnológica y turismo: evaluación de aplicaciones móviles en Puebla, México	69
María del Pilar Quiroz Carcaño	
Teresa Guadalupe Jiménez Martínez	
Christian Galicia García	
Capítulo V. Turismo comunitario como iniciativa de desarrollo local en municipios del oriente de Cuba	88
Arnoldo Higinio Santos-Assán	
Oscar Estévez-Matos	
Félix Díaz-Pompa	
Capítulo VI. La arquitectura en los centros históricos como patrimonio histórico cultural. Caso estudio: Cuba y México	106
Florencio Garzón Osorio	
Alfredo Arreola Flores	
Miguel Ángel Méndez Soto	
Capítulo VII. Evaluación del potencial geológico para el desarrollo del geoturismo: geositios del municipio Rafael Freyre, Cuba	106
José-Alberto Guibert-Mejias	
Yulietsy Sierra-Mulet	
Félix Díaz-Pompa	
Capítulo VIII. Desafíos legales y medioambientales en el desarrollo del turismo en áreas protegidas de México	121
María Guadalupe Ávila Zambrano	
Liberio Cruz Hernández	
Eudoxio Morales Flores	
Leonela Jazmín Martínez Ayala	

Capítulo IX. Producción científica y avances temáticos en la seguridad turística en etapa de pandemia: un análisis bibliométrico	139
Eddy Soria-Leyva	
Marilka Iserns-Escalona	
Miguel Ángel González-Infante	
Capítulo X. Seguridad y protección turística en la etapa postcovid-19. Una mirada desde la percepción del cliente	159
Nancy Elena Hechavarría-Domínguez	
Tahimy González-Lorenzo	
Nolberto Cruz Aguilera	
Capítulo XI. Un análisis de la dinámica de los servicios odontológicos en el contexto del turismo médico en México	197
David Rabadán Martínez	
Manuel Arturo Romero de la Vega	
Antonio Rabadán Martínez	
Capítulo XII. Percepción y conocimiento de métodos anticonceptivos entre mujeres empleadas en el sector turístico de Zapotitlán Salinas, México: un estudio exploratorio	207
Francisco Lázaro Balderas Gómez	
Blanca Cortez Rodríguez	
Alma Delia Zárate Flores	
Sofía López Ambrosio	
Capítulo XIII. Análisis prospectivo para el restaurante “The Passion”	223
Vanesa Infante-Silva	
José Aguilera-Mustelier	
Osvaldo Batista-Pérez	
Capítulo XIV. La formación de competencias en inglés y su impacto en el sector turístico de Tehuacán.....	243
María del Carmen Cira Machuca Lavariega	
Mabel Domínguez Carrera	
Guadalupe Fernández López	
Maria del Rocio Herrera Rojas	
Capítulo XV. “Noche azul, la novia del Turquino” en la Ciudad de Holguín-Cuba	255
Carlos Manuel López Duvergel	
Leisan Armando Fong Sánchez	
Olga Lidia Ortiz Pérez	

Prólogo

Tras la pandemia de la COVID-19, el turismo ha vuelto a recuperar la senda de crecimiento a nivel mundial, afianzándose como una de las actividades económicas más dinámicas y cambiantes de la actualidad. A la vez, las nuevas generaciones (Millennials y Generación Z) tienen planteamientos de consumo completamente diferentes a los de generaciones anteriores. Para ellos, ya no es tan importante poseer bienes materiales, y sí lo es acumular experiencias vitales enriquecedoras. Y eso ha influido en el sector del turismo de forma significativa.

En este nuevo contexto, se hace cada vez más necesaria una gestión activa del turismo, que se enfrenta, fundamentalmente, a dos grandes retos: la transformación digital y el cambio climático. Pero, más allá de estos retos, hay una cuestión trascendental que abordar de forma inmediata, que es la redefinición del modelo tradicional de desarrollo turístico, asegurando un crecimiento sostenible a través de la mejora de las experiencias turísticas en los destinos, lo que se traducirá en un aumento del valor social y medioambiental de esta actividad.

Hasta ahora, los policymakers y gestores de destinos turísticos habían centrado sus políticas en la promoción del destino, con el objetivo de atraer a un volumen creciente de turistas, sin plantearse otras cuestiones clave, como la capacidad de gestión sostenible del destino, la fragilidad de sus recursos, la percepción de los residentes, etc. Ha habido una tremenda obsesión por atraer cada vez un mayor número de turistas, sin pararse a pensar si el destino estaba preparado para ello, lo que se ha traducido, en unas ocasiones, en una saturación de los destinos turísticos más emblemáticos y, en otras ocasiones, en una incapacidad de los destinos para apropiarse de los beneficios que genera la actividad turística, que han ido a parar, fundamentalmente, a operadores externos.

Es importante, por tanto, replantearse el papel del turismo como instrumento de desarrollo sostenible y generación de riqueza y empleo de calidad. Pero, para ello, es fundamental disponer del conocimiento necesario para que los principales actores turísticos puedan tomar las mejores decisiones y en el menor tiempo posible. Durante mucho tiempo, en el ámbito del turismo las decisiones se tomaban casi por azar, hoy, sin embargo, es clave la generación de conocimiento.

Y es en este nuevo escenario en el que la investigación en turismo cobra una nueva dimensión. Los investigadores en turismo tenemos el reto de responder desde la academia a estos nuevos desafíos que acechan al turismo, entre ellos el agotamiento de los recursos naturales, los cambios en los hábitos de consumo, la revolución tecnológica, la competencia global o la atracción de talento cualificado.

El libro que el lector tiene en sus manos responde a este reto, el de generar conocimiento para que los principales actores turísticos puedan tomar

decisiones. Un plantel cualificado de investigadores de Cuba y México han afrontado, desde la investigación científica, el estudio de algunos de los aspectos más actuales del turismo, profundizando no solo en su análisis, sino también planteando soluciones eficientes para esta nueva era.

Cabe felicitar a los compiladores y autores de este libro por la acertada elección de los temas a tratar, así como por el rigor y profesionalidad con que los han abordado. No me cabe la menor duda de que este texto servirá de guía para académicos, profesionales del turismo, autoridades gubernamentales y cualquier persona interesada en aproximarse de una manera holística al conocimiento de una industria crecientemente compleja, a la vez que atractiva.

Jaén, junio de 2024

Juan Ignacio Pulido Fernández

Catedrático de Economía Aplicada (Economía del Turismo)

Universidad de Jaén (España)

Introducción

En la actualidad, el turismo es una actividad que despierta un gran interés a nivel mundial, no solo por su potencial económico, sino por su impacto en el medio ambiente, la sociedad, el patrimonio y la cultura local. Se ha consolidado como una de las industrias más importantes a nivel mundial, generando beneficios económicos significativos. En este contexto, caracterizado por desafíos económicos, sociales, culturales, legales, ambientales y sanitarios, la necesidad de abordar de manera integral los diversos aspectos del turismo se vuelve imperativa, especialmente en áreas protegidas y comunidades locales que ven en esta actividad una oportunidad de desarrollo, que además enfrentan riesgos y amenazas.

Este libro surge como una respuesta a la complejidad y diversidad de temas que rodean al turismo en la actualidad, ofreciendo un compendio de investigaciones, análisis y reflexiones que buscan arrojar luz sobre los distintos aspectos que configuran la industria turística. Desde la perspectiva de México y Cuba, se exploran cuestiones fundamentales como la regulación legal, los desafíos ambientales, la seguridad turística en tiempos de crisis sanitaria, la importancia del turismo comunitario como herramienta de desarrollo local y la preservación del patrimonio cultural y arquitectónico en contextos turísticos, entre otros importantes temas.

Cada capítulo de este libro ofrece una mirada profunda y reflexiva sobre aspectos clave del turismo. Representa un eslabón en la cadena de conocimiento que se propone construir, abordando temáticas específicas con profundidad y rigor académico. Desde el análisis de percepciones locales hasta propuestas concretas para promover la sostenibilidad y la participación comunitaria. A través de investigaciones rigurosas y análisis detallados, se busca contribuir al debate académico y ofrecer propuestas concretas para abordar los retos y oportunidades que presenta la industria turística en la actualidad.

Dirigido a académicos, profesionales del turismo, autoridades gubernamentales y cualquier persona interesada en comprender la complejidad de esta industria, este libro se presenta como una herramienta indispensable para profundizar en el conocimiento del turismo contemporáneo y contribuir al desarrollo de estrategias y políticas que fomenten un turismo más responsable, sostenible e inclusivo. Con un enfoque multidisciplinario y una mirada crítica, se invita al lector a sumergirse en un viaje de descubrimiento y reflexión sobre el papel transformador que puede desempeñar el turismo en nuestras sociedades.

Los compiladores



**Capítulo I. Inventario de recursos
turísticos, premisa para convertir a
Guardalavaca en un destino
sostenible e inteligente**

INVENTARIO DE RECURSOS TURÍSTICOS, PREMISA PARA CONVERTIR A GUARDALAVACA EN UN DESTINO SOSTENIBLE E INTELIGENTE

Inventory of tourist resources, premise to turn Guardalavaca into a sustainable
and intelligent destination

Evelina Cardet Fernández
Universidad de Holguín-Cuba
<https://orcid.org/0000-0002-5954-1325>
evelinacardetfernandez58@gmail.com

Rosa Isidora Palao Fuentes
Universidad de Holguín-Cuba
<https://orcid.org/0000-0003-0179-1249>
rpalaof50@gmail.com

Justa Ramona Medina Labrada
Universidad de Holguín-Cuba
<https://orcid.org/0000-0003-4408-0295>
jmedinalabrada@gmail.com

Como citar: Cardet Fernández, E., Palao Fuentes, R. I., & Medina Labrada, J. R. (2024). Inventario de recursos turísticos, premisa para convertir a Guardalavaca en un destino sostenible e inteligente. In *Perspectivas multidisciplinares del turismo: Desafíos y oportunidades en Cuba y México* (pp. 2-17). Ciencia Digital. <http://libros.cienciadigital.org/index.php/CienciaDigitalEditorial/catalog/book/>

Resumen

Tomar las mejores decisiones sobre las estrategias a seguir para hacer el desarrollo turístico sostenible, requiere considerar la innovación, unida a una acertada planificación que asegure ofrecer productos únicos que permitan el posicionamiento del destino. La planificación de las acciones a corto plazo, con la atención a los retos a más largo plazo, posibilita mayor capacidad de respuesta ante las oportunidades y amenazas que enfrentará el sector como actividad socioeconómica en escenarios futuros. La etapa del proceso de planificación donde se establece y evalúa la situación de un destino en un momento determinado, es el diagnóstico turístico, para realizarlo se utiliza el inventario turístico, instrumento que garantiza determinar los recursos turísticos del destino, precisar el estado real en que se encuentran, las potencialidades de aprovechamiento que poseen y las acciones a emprender con el objetivo de ponerlos en valor e insertarlos dentro de la actividad turística. En aras de contribuir a la exitosa realización de este proceso se ha desarrollado el presente estudio con el objetivo de diseñar una metodología para la actualización del

inventario de recursos turísticos que contribuya a la planificación de una oferta que favorezca la aspiración de convertir a Guardalavaca en un destino sostenible e inteligente. El inventario realizado al aplicar la metodología diseñada, permitió identificar los elementos que limitan su conversión en un destino turístico inteligente y caracterizar los recursos y atractivos disponibles que pueden complementar la modalidad principal de sol y playa, realizándose un conjunto de propuestas de nuevas o mejoradas ofertas.

Palabras clave: Planeación turística, diagnóstico, inventario, recursos

Abstract

Making the best decisions about the strategies to follow to make tourism development sustainable requires considering innovation, together with successful planning that ensures offering unique products that allow the positioning of the destination. Planning short-term actions, with attention to longer-term challenges, enables greater capacity to respond to the opportunities and threats that the sector will face as a socioeconomic activity in future scenarios. The stage of the planning process where the situation of a destination at a given time is established and evaluated is the tourism diagnosis. To carry it out, the tourism inventory is used, an instrument that guarantees determining the tourist resources of the destination, specifying the real state in which are found, the potential for use they have and the actions to be undertaken with the aim of highlighting them and inserting them into the tourist activity. In order to contribute to the successful completion of this process, this study has been developed with the objective of designing a methodology for updating the inventory of tourist resources that contributes to the planning of an offer that favors the aspiration of turning Guardalavaca into a sustainable and smart destination. The inventory carried out by applying the designed methodology made it possible to identify the elements that limit its conversion into an intelligent tourist destination and characterize the resources and attractions available that can complement the main modality of sun and beach, making a set of proposals for new or improved offers.

Keywords: Tourism planning, diagnosis, inventory, resources

Introducción

El turismo es sin dudas, uno de los sectores que más ha evolucionado en los últimos años, lo que, unido a la enorme competencia global entre destinos, obliga a estos a buscar y aplicar metodologías y herramientas innovadoras, máxime cuando ha sido uno de los más castigados por la pandemia de Covid 19, la cual asestó un duro golpe a uno de los sectores de mayor peso en la economía de muchos países, entre ellos Cuba.

De ahí que, en los documentos aprobados para la Conceptualización del Modelo Económico y Social Cubano de Desarrollo (PCC, 2021), se ha ratificado el turismo como un sector estratégico, por ello demanda de acciones que garanticen el correcto aprovechamiento de cada destino con los que cuenta el país, así como la utilización de cada recurso para el diseño de una oferta capaz de satisfacer a un cliente que exige información veraz, la mejor relación calidad-precio, experiencias auténticas y destinos que ofrezcan una oferta turística adecuada a sus deseos y necesidades.

Tomar las mejores decisiones sobre las estrategias a seguir para hacer el desarrollo turístico sostenible y lograr así una adecuada gestión, hace imprescindible considerar la innovación para ofrecer productos únicos que permitan el posicionamiento del destino para seguir atrayendo visitantes, unida a una acertada planificación que asegure el logro de los objetivos propuestos.

En la planificación del desarrollo económico y social cubanos son situados en un primer plano la formación, calificación y gestión integral del potencial humano, así como el papel de la ciencia, la tecnología y la innovación en todas las instancias, con una visión que asegura a corto y mediano plazos el cumplimiento de los objetivos estratégicos (PCC, 2021).

En la gestión del turismo, la planificación de las acciones a corto plazo, con la atención a los retos a más largo plazo, posibilita una mayor capacidad de respuesta ante las oportunidades y amenazas que ha de enfrentar el sector como actividad socioeconómica en escenarios futuros.

La etapa del proceso de planificación donde se establece y evalúa la situación de un destino en un momento determinado, es el diagnóstico turístico, el cual constituye una fuente directa de información para la toma de decisiones acerca de las futuras estrategias, así como la herramienta que permitirá evaluar el éxito o fracaso de planes, programas y proyectos. En definitiva, constituye el punto de partida y los cimientos sobre los cuales se asienta todo proceso de planificación turística.

En otras palabras, el diagnóstico consiste en una suerte de corte temporal que establece una diferencia entre la situación del turismo antes y los resultados obtenidos después de la aplicación de acciones o estrategias de planificación turística en un destino (Ricaurte, 2009) (citado por Rodríguez et al, 2022).

La identificación de los atractivos turísticos es una de las tareas esenciales en la fase de diagnóstico en un proceso de planificación y consiste básicamente, en la elaboración de un listado de recursos y lugares con potencialidad o posibilidad de explotación turística, el cual debe incluir la descripción de cada recurso y lugar, de manera que se facilite su posterior clasificación y se favorezca así mismo, la confección de fichas individualizadas con las principales características de éstos, intentando recoger la mayor cantidad posible de información.

Para realizar un diagnóstico turístico, se utiliza el inventario, un instrumento que garantiza determinar los recursos turísticos que tiene un destino y permite

precisar el estado real en que se encuentran, las potencialidades de aprovechamiento que poseen y las acciones que habría que emprender con el objetivo de ponerlos en valor e insertarlos dentro de la actividad turística. Un instrumento que permite conocer, cualitativa y cuantitativamente, los recursos presentes en un territorio y posibilita la planificación de estrategias para su puesta en valor dentro del sistema de explotación turística (Terry, 2022).

Un inventario no es solo una suma de información, sino un instrumento de gestión que debe ser actualizado y mejorado de manera constante y cuyo uso debe permitir y facilitar la toma de decisiones en materia turística.

El inventario es uno de los procesos más enriquecedores para la planeación de un espacio turístico con el fin de determinar los recursos turísticos naturales y culturales para contribuir al crecimiento económico y conformar una oferta turística con la cual se vean beneficiados todos los actores que directa e indirectamente se involucran en la región generando productos turísticos que sean relevantes en un plan de desarrollo y generar en el turismo, una alta calidad de desarrollo posible (Terrazas y Cruz, 2020).

Vale destacar que un inventario objetivo y de calidad, presupone un análisis y conocimiento profundo de los recursos turísticos y aunque, existen tantas definiciones de recurso turístico como investigadores del tema, los autores de la presente propuesta, emplearán el concepto de la OMT (1980) citado por Salinas et al. (2008) que plantea que un recurso turístico es todo aquello que tenga la posibilidad de atraer a los visitantes.

En 1997, a partir de una indicación del Ministerio de Turismo, se elaboró la Política de Desarrollo del Turismo en Holguín, para lo cual se partió del diagnóstico de la situación en aquel momento en las diferentes actividades. La aplicación, por más de treinta años, de la ciencia e innovación tecnológica a la gestión turística en el destino Holguín, ha contribuido sin dudas a situar el mismo, entre las principales regiones priorizadas del país para el desarrollo de la actividad y a promoverse como un abanico de posibilidades, con base en la variedad de recursos naturales, socioculturales, históricos y patrimoniales que lo distinguen.

Teniendo en cuenta las principales amenazas externas al destino, partiendo de un escenario perspectivo medio y previendo un incremento de visitantes e ingresos al final de 2016, en el año 2012 se actualizó el Programa de Desarrollo del destino turístico Holguín, a partir de la actualización del diagnóstico y del inventario de atractivos y recursos, incluyéndose lógicamente aspectos que en el lapso de los últimos 15 años habían impactado en el desarrollo turístico de la provincia.

La planificación del desarrollo turístico del destino Holguín, se ha ido actualizando sistemáticamente, hasta llegar a la proyección de desarrollo al 2030 con la cual y a partir de las exigencias impuestas por la demanda y el entorno, se apuesta por convertirse en un destino turístico inteligente, de ahí que la misma

esté sustentada en un conjunto de principios y nuevos enfoques de gestión, que parten de la innovación, una gobernanza eficiente y la incorporación de avances tecnológicos para asegurar un desarrollo sostenible que enriquezca la experiencia del turista, incremente la competitividad del destino y aumente el nivel de vida de la población local.

Estos elementos han sido considerados y refrendados en la política del Estado Cubano para el sector turístico, ratificada y precisada en la actualización de los Lineamientos de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución, aprobados por el VII Congreso del Partido Comunista de Cuba que en su número 207 establece: La actividad turística deberá tener un crecimiento acelerado que garantice la sostenibilidad y dinamice la economía, incrementando de manera sostenida los ingresos y las utilidades, diversificando los mercados emisores y segmentos de clientes, y maximizando el ingreso medio por turista.

El diagnóstico turístico permite conocer la situación actual y las principales proyecciones de un destino para los próximos años, con base en determinadas premisas que serán definidas y partiendo de la misión y la visión identificadas para dicho destino.

Como antes se ha planteado, la planificación parte del diagnóstico y este a su vez, requiere de la elaboración del inventario de recursos turísticos, en aras de contribuir a la exitosa realización de este proceso se ha desarrollado el presente estudio con el objetivo de diseñar una metodología para la actualización del inventario de recursos turísticos que contribuya a la planificación de una oferta que favorezca la aspiración de convertir a Guardalavaca en un destino sostenible e inteligente.

Convertirse en un destino turístico inteligente, requiere la necesaria colaboración y alineación pública-privada y supone poner en marcha una estrategia de revalorización del destino a través de la innovación y la tecnología, en aras de aumentar su competitividad; para ello resulta imprescindible implementar estrategias de formación de los recursos humanos dirigidas a fomentar sus competencias innovativas, desarrollar su creatividad y proveerles herramientas prácticas que les permitan innovar de manera natural en su desempeño cotidiano.

Un destino turístico inteligente es un espacio turístico innovador, accesible a todos, consolidado sobre una infraestructura tecnológica de vanguardia que garantiza el desarrollo sostenible del territorio, facilita la interacción e integración del visitante con el entorno, e incrementa la calidad de su experiencia en el destino y la calidad de vida de los residentes (López De Ávila y García Sánchez, 2015).

La innovación constituye un eje fundamental para el desarrollo de los destinos turísticos inteligentes, nuevo e inevitable enfoque de gestión de los mismos a partir de la existencia de un nuevo tipo de turista y de transformaciones en el entorno, especialmente en el área tecnológica (Ivars-Baidal et al., 2019).

Las prioridades nacionalmente establecidas en Cuba para la gestión de la ciencia, la tecnología y la innovación, tienen en cuenta los requerimientos del desarrollo sostenible y las tendencias mundiales del desarrollo científico y tecnológico, en múltiples áreas del conocimiento, entre las que destaca el desarrollo sostenible del turismo con vistas a aprovechar el efecto multiplicador de esta actividad para potenciar el desarrollo de otras ramas de la economía y elevar los beneficios sociales.

Entre las líneas de investigación científicas, la innovación se ha convertido en una herramienta vital para la industria turística, partiendo de la ciencia y la tecnología para dar soluciones a las necesidades de los turistas que cada vez son más exigentes, tienen mayor acceso a la tecnología, esperan calidad y experiencias diferentes en los servicios que adquieren y en muchos casos, las mismas son compartidas en redes sociales y plataformas, factor primordial para adquirir un servicio turístico en la actualidad.

Los procesos de innovación en el turismo generan un efecto positivo que se mide por el éxito en el mercado correspondiente y por la satisfacción de las necesidades de los clientes y los usuarios; proporcionando al mismo tiempo, soluciones positivas para las poblaciones locales que ofrecen servicios turísticos de manera sustentable, así como también para sus autoridades locales. Es así, como la interacción de todos los elementos y entidades (sujetos y objetos) del proceso innovador puede llevar a un efecto sinérgico significativo, expresado como crecimiento (desarrollo) de la industria turística y empoderamiento de las comunidades a través de estas actividades (Ochoa & Moya, 2019).

Como parte de la contribución de las Instituciones de Educación Superior (IES), a los procesos de desarrollo regional y local, la generación de competencias sociales y económicas, concebidas como la actuación en total correspondencia con los retos de una región y/o país; constituye una tarea de primer orden, con base en los resultados y experiencias del proceso de investigación propio o de aquellos obtenidos en su interrelación con otras IES nacionales o extranjeras, todos dirigidos a un objetivo común: formular propuestas que beneficien a las comunidades locales y teniendo como premisa ser agentes de cambio en la generación de capacidades innovativas en los actores locales.

El inventario turístico, premisa para convertir a Guardalavaca en un destino sostenible e inteligente

Con base en lo anterior y teniendo en cuenta que en Cuba hoy, el proceso de desarrollo turístico deberá combinar los esfuerzos institucionales del Ministerio de Turismo, con los proyectos de desarrollo de los gobiernos territoriales y el trabajo por cuenta propia, con vistas a explotar todas las potencialidades del turismo en los territorios para dar respuesta a las necesidades prioritarias de los mismos, cada vez más acrecentadas por el actual contexto de globalización y responder a una solicitud de los decisores turísticos del destino Guardalavaca y a las autoridades gubernamentales del municipio Banes, se realiza un diagnóstico para identificar los elementos que limitan la conversión del referido destino en un destino inteligente y para ello se partirá de la realización de un

inventario turístico que permita la identificación y caracterización de los recursos y atractivos disponibles, que favorezcan la posterior toma de decisiones en lo que a diseño y planificación de la oferta se refiere.

Los destinos alrededor del mundo están compuestos por diferentes atractivos y recursos turísticos, cada uno con características específicas que le dan un valor intrínseco. Estos atractivos representan la materia prima, el motor para que el turismo funcione adecuadamente y son parte fundamental para el éxito de un plan de desarrollo en el turismo (Mejías, 2022).

Para desarrollar planes de turismo exitosos, se deben conocer plenamente los atractivos y recursos con los que cuenta un destino para poder diseñar las estrategias adecuadas y determinar el mercado al que dirigir la oferta del destino, para ello se deberá:

- Identificar los atractivos y recursos que posee (naturales, culturales, tangibles e intangibles).
- Recoger la información adecuada y necesaria de cada uno de los atractivos y recursos.
- Clasificar y jerarquizar los atractivos y recursos respecto a sus características propias.

El inventario turístico, se convierte entonces en el punto de partida para la planificación de un destino, representa la base para conocer la situación actual del mismo y conocer con qué recursos y atractivos se cuenta para saber lo que podrá ofrecer al mercado turístico. Además, trae otros beneficios como la conservación, preservación y la innovación mediante la creación de nuevos productos.

El inventario es un instrumento que se utiliza durante el proceso de planificación turística para realizar un diagnóstico que garantice determinar los recursos turísticos que tiene un destino, cuya utilización permite precisar el estado real en que se encuentran, las potencialidades de aprovechamiento que posee y las acciones que habría que emprender con el objetivo de ponerlos en valor e insertarlos dentro de la actividad turística (Terry, 2022).

Los objetivos de un inventario de recursos turísticos son:

- Disponer de un instrumento de trabajo imprescindible para la elaboración posterior de planes y programas de desarrollo turístico, con la finalidad de que motiven la inversión pública y privada
- Conocer de forma objetiva los recursos turísticos que posee un territorio y las potencialidades que tiene para generar corriente turística
- Favorecer el desarrollo e integración de productos turísticos de calidad que den respuesta a la demanda

De lo que se trata entonces, es de realizar una valoración (cualitativa y cuantitativa) de los atractivos y recursos de los que dispone una región con la

finalidad de seleccionar aquellos que puedan ser puestos en valor de uso turístico, además de planificar las acciones que mejorarán su calidad para ser usados en el diseño de productos turísticos.

La elaboración de un inventario en un destino turístico permite la identificación, localización, descripción, clasificación, valoración, jerarquización y protección de los recursos turísticos locales porque su construcción parte de la realización de estudios especializados que concluyen con un informe que en manos de las instituciones turísticas se convierte en una poderosa herramienta de gestión (Terry, 2022).

Existen múltiples clasificaciones de los recursos a inventariar, a los efectos del presente estudio y en correspondencia con lo establecido en la planificación turística precedente del destino Holguín, se clasificarán los mismos en: naturales, histórico-culturales y acontecimientos sociales programados y se destaca que todos tienen que poseer capacidad para motivar el desplazamiento turístico.

Todos los recursos naturales, históricos-culturales y otros presentes en un destino forman parte del patrimonio turístico si tienen potencial para satisfacer necesidades turísticas, pero no se convertirán en atractivos turísticos hasta que, por medio de la intervención humana, sea posible su utilización con la finalidad de generar el desplazamiento de los turistas.

Todo inventario debe cumplir, al menos, dos requisitos fundamentales:

1. Reflejar, de forma objetiva la cantidad y el estado real en que se encuentran los recursos turísticos del territorio, información que tributa a la toma de decisiones sobre las actuaciones en materia de desarrollo turístico
2. Ser claro, abierto y dinámico; permitiendo su actualización sistemática con el propósito de determinar los cambios que se producen en los recursos turísticos y la toma de decisiones oportunas en función de su eficiente utilización.

La realización de un inventario presupone el empleo y la combinación de diferentes herramientas, instrumentos y procedimientos que aseguren el cumplimiento de los objetivos propuestos.

Metodología para desarrollar el inventario de recursos

La literatura consultada permitió corroborar que existen múltiples metodologías y procedimientos para la realización del inventario turístico, tanto a nivel nacional como internacional, la mayoría de los cuales coinciden en que el desarrollo del mismo presupone considerar de forma general dos fases: La primera consiste en la identificación, ubicación y clasificación de los recursos turísticos y la segunda en la jerarquización y evaluación de los mismos.

Al revisar el tratamiento dado a la realización del inventario turístico por algunos autores de habla hispana, entre los que destacan Huizar (2021) y Terry (2022), se constata que refieren como pasos fundamentales del proceso la elaboración

de las fichas de inventario, el trabajo de campo para la recopilación de información y la evaluación de los recursos turísticos entre otros.

En Cuba, y particularmente en Holguín, se han realizado investigaciones que sirven de sustento teórico necesario para la realización del inventario turístico. Entre los trabajos revisados se pueden citar: *Diseño del producto turístico patrimonial Festival de los Parques en la ciudad de Holguín* (2017), *Programa para poner en valor de uso turístico atractivos del sistema cavernario del destino Gibara* (2019), *Diseño del producto agroturístico Rancho Aventura en el municipio Calixto García* (2020), *Proyección de desarrollo al 2030 del destino Holguín por una gestión turística basada en innovación* (2021) y *Diseño del producto turístico cultural Por los senderos de la Cruz en ciudad de Holguín-Cuba* (2022)

Resultados

Teniendo en cuenta el análisis comparativo de las metodologías y procedimientos consultados para el desarrollo de la investigación y considerando la experiencia práctica en la realización de inventarios turísticos en estudios precedentes desarrollados en el destino Holguín, con vistas al diseño y actualización sistemática de las proyecciones de desarrollo del destino, los autores proponen la metodología que se muestra en la **figura 1**, la cual toma en consideración las brechas detectadas en el resto de las metodologías consultadas y tiene un carácter participativo, puesto que durante su aplicación se recurre a todos los actores y gestores que interactúan con la realización del inventario.

Fase I: Preparación inicial

En esta etapa es necesario crear un equipo de trabajo integrado por directivos, especialistas, trabajadores con experiencia en la actividad turística, trabajadores por cuenta propia y profesionales de diferentes entidades e instituciones públicas y privadas vinculadas al turismo en el territorio, capaces de utilizar sus conocimientos y experiencias en aras de confeccionar un inventario, que favorezca la toma de decisiones para la planificación de la oferta. Es aconsejable tener en cuenta a los directivos y profesionales que trabajan en la empresa que solicitó el inventario, así como los que pertenecen a las agencias de viajes del destino, touroperadores de los mercados metas y otros especialistas en gestión turística.

Con el equipo creado, se desarrolla un proceso de capacitación que se dirige básicamente a la actualización profesional de los especialistas que lo integran, de acuerdo a los años de experiencia en la actividad turística y a tono con el desarrollo del entorno objeto de la investigación. Así mismo, los conocimientos previos que posean los expertos sobre la realización de inventario turístico permitirán definir las acciones de capacitación a desarrollar, con vistas a dotarlos de los conocimientos requeridos sobre las últimas tendencias en tal proceso y utilización posterior de sus resultados.

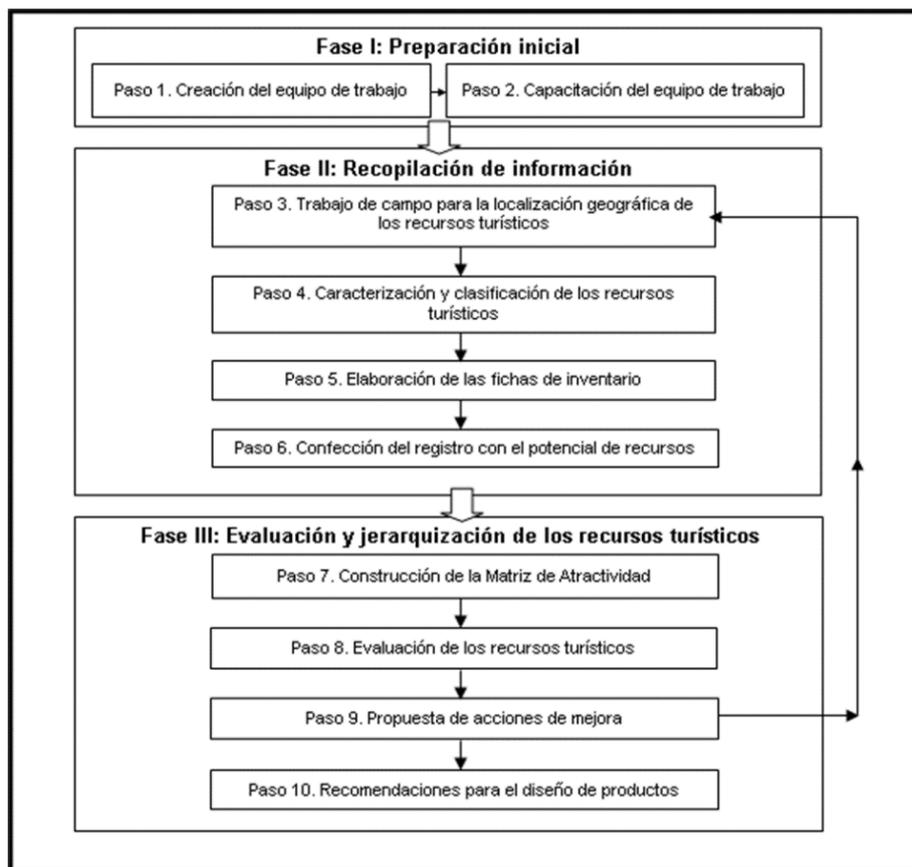


Figura 1. Metodología para desarrollar el inventario de recursos turísticos

Fase II. Recopilación de información

Esta es una fase de especial importancia en la realización del inventario pues en la misma se realiza el trabajo de campo con el objetivo de establecer la localización geográfica de los recursos turísticos, sus características particulares, estado de conservación, medios y vías de acceso, etc.

Con la información obtenida durante el trabajo de campo, se procede a la clasificación de los recursos e identificación de sus potencialidades para el desarrollo de actividades turísticas, para lo cual se tomarán en consideración los elementos siguientes:

- Tipo de recursos: naturales, históricos-culturales (tangibles e intangibles)
- Grado de conservación: alto, medio, bajo
- Vocación: ¿para qué se puede utilizar? Ejemplo: visita contemplativa, recreación, compras, etc.
- Uso actual: parque, centro cultural, museo, plaza, restaurante, bar, mirador
- Aprovechamiento: si es aprovechado por el turista u otras personas
- Propuesta de uso y destino: se subdivide en:
 - Por ciento de aprovechamiento
 - Categoría funcional del recurso: si es aprovechado completamente, con limitaciones, poco aprovechado o no se aprovecha.
 - Usuario: turismo nacional, local e internacional
 - Magnitud del uso: intensiva, alta, media, baja, ninguna

-
- Tipo de actividad: recreativa, recreativa cognoscitiva, cognoscitiva y culto (iglesias, catedrales)
 - Capacidad de carga turística: cantidad de clientes que admite por hora

Toda la información obtenida se registra en las fichas de inventario que se confeccionarán para cada uno de los recursos identificados.

Finalmente, se cierra la fase con la tabulación de la información recogida en las fichas, confeccionándose el registro que contendrá el potencial de recursos turísticos, una base de datos que va a permitir ordenarlos por tipos, grado de conservación, uso actual, aprovechamiento del recurso, categoría funcional, tipo de actividad para la que se propone, etc.

Fase III. Evaluación y jerarquización de los recursos turísticos

Esta fase comprende el proceso de ponderación de los recursos, con el objetivo de definir su nivel de importancia, para ello se recomienda comenzar determinando la atractividad de los recursos turísticos identificados. Para construir la Matriz de Atractividad se propone evaluar los atributos siguientes en la zona objeto de estudio:

- 1- Transporte, acceso y vialidad
- 2- Tiempos de desplazamiento
- 3- Nivel de explotación
- 4- Nivel de conservación y condiciones del entorno
- 5- Grado de conocimiento previo
- 6- Valores estético-escénico (visuales)
- 7- Originalidad
- 8- Exclusividad
- 9- Diversificación de ofertas: deportes y aventura
- 10- Diversificación de ofertas: naturaleza
- 11- Diversificación de ofertas: manifestaciones culturales
- 12- Diversificación de ofertas: turismo rural
- 13- Monotonía vs. variedad
- 14- Actividades participativas potenciales a realizar
- 15- Captación de atención
- 16- Posibilidad de introducir mejoras
- 17- Posibilidades para integrar conjuntos, multiproductos y multidestinos
- 18- Calidad ambiental
- 19- Señalización e información turística y ambiental

En este procedimiento se califica la importancia de los atractivos (entre 1 y 3 puntos) y su posición relativa (desde -10 hasta +10 puntos), y se determina su grado de atractividad, multiplicando ambos resultados. Para ello se propone aplicar una escala evaluativa que emplea la siguiente nomenclatura:

- Índice de atractividad bajo: 0 – 10
- Índice de atractividad medio: 10,1 – 20,1
- Índice de atractividad alto: 20,2 - 30

Un paso importante lo constituye la evaluación de los recursos identificados, para ello se recomienda construir la Matriz de Evaluación de los Recursos, tomando en consideración las diez claves siguientes:

- Importancia
- Singularidad
- Agrupamiento
- Marca y redes
- Acceso
- Estacionalidad
- Asociación
- Planeación estratégica
- Accesibilidad
- Sostenibilidad

Se definió el significado de cada una de las claves propuestas y la escala para su evaluación (Tabla 1).

Tabla 1. Escala de evaluación de los recursos y atractivos

ESCALA DE EVALUACIÓN	
10,0 – 23,3	Baja
23,4 – 36,7	Media
36,8 – 50,0	Alta

Con los resultados de la Matriz de Atractividad y de la Matriz de Evaluación de los recursos turísticos, se construye la Matriz de Evaluación General (**figura 2**), a partir de la cual se realizarán las propuestas de mejora del recurso correspondiente:

Como antes se ha planteado, el inventario turístico es un resumen de los principales recursos turísticos del territorio y constituye una herramienta para la toma de decisiones en cuanto a la planificación turística de un destino, la cual conducirá a los gestores del desarrollo turístico a decidir los recursos que, por sus potencialidades, se pueden transformar en productos turísticos e insertarse

en una oferta de calidad que de respuestas a la demanda, generando una corriente turística capaz de convertir al territorio en un destino competitivo.

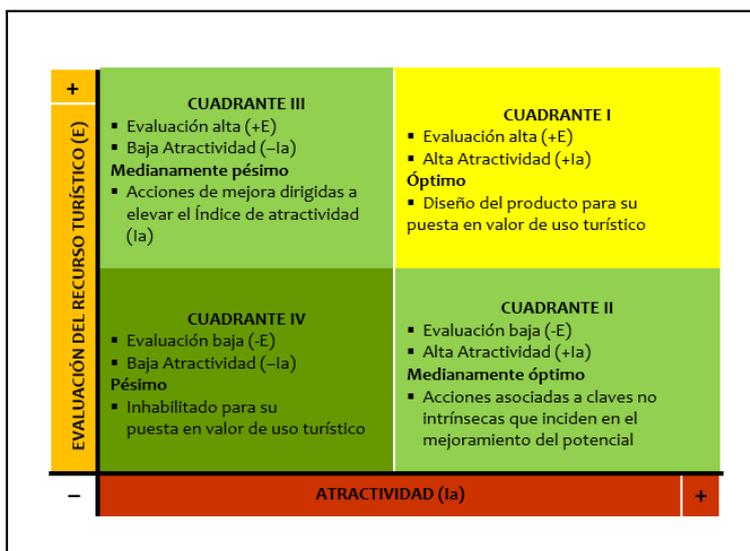


Figura 2. Matriz de evaluación general

En tal sentido, para responder a una solicitud de los decisores turísticos del destino Guardalavaca, se realizó un diagnóstico para identificar los elementos que limitan la conversión del referido destino en un destino inteligente y para ello se efectuó un inventario turístico que permitió identificar y caracterizar los recursos y atractivos disponibles.

Se constituyó un equipo de trabajo compuesto por profesores de la universidad y en colaboración con la Agencia de Viajes Ecotur, se realizó una visita de campo a la zona y se decidió comenzar el trabajo identificando una serie de recursos, atractivos e inclusive productos ya en explotación, que puedan complementar la modalidad principal de sol y playa para contribuir a la diversificación de la oferta y a una mayor satisfacción del cliente.

Se decidió iniciar el inventario para el diagnóstico, por los espacios rural y natural, por cuanto en la zona destacan recursos y atractivos que pueden complementar la oferta, al posibilitar el desarrollo de actividades ecoturísticas, tales como: Turismo rural, senderismo (Sendero *La Grieta*) y ecoaventura (Canopy y escalada en el Cerro de Yaguajay)

Como parte del turismo rural, se visitaron tres fincas: *Oscar Farm*, *Los Ricardos* y *El Frutal*, todas ubicadas en el Consejo Popular Guardalavaca y la última perteneciente a la UBPC Antonio Maceo.

La caracterización de las fincas visitadas permitió al equipo de investigación, realizar un conjunto de propuestas de nuevas o mejoradas ofertas a cada uno de los propietarios, así como, un grupo de recomendaciones dirigidas a la continuidad de la investigación y al establecimiento de las relaciones requeridas entre la universidad, las entidades más decisores turísticos y emprendedores locales.

Conclusiones

En la gestión del turismo, la planificación de las acciones a corto plazo, con la atención a los retos a más largo plazo, junto a la búsqueda y aplicación de metodologías y herramientas innovadoras, posibilita una mayor capacidad de respuesta ante las oportunidades y amenazas que ha de enfrentar el sector como actividad socioeconómica en escenarios futuros.

El diagnóstico turístico es la etapa del proceso de planificación donde se establece y evalúa la situación de un destino en un momento determinado y constituye una fuente directa de información para la toma de decisiones acerca de las futuras estrategias, así como la herramienta que permitirá evaluar el éxito o fracaso de planes, programas y proyectos. En definitiva, constituye el punto de partida y los cimientos sobre los cuales se asienta todo proceso de planificación turística.

Para realizar un diagnóstico que garantice determinar los recursos turísticos que tiene un destino, se utiliza el inventario turístico, un instrumento cuya utilización permite precisar el estado real en que se encuentran dichos recursos, las potencialidades de aprovechamiento que poseen y las acciones que habría que emprender con el objetivo de ponerlos en valor e insertarlos dentro de la actividad turística.

Referencias bibliográficas

- Batista-Rodríguez, D. D. (2019). *Programa para poner en valor de uso turístico atractivos del sistema cavernario del destino Gibara*. Trabajo de Diploma en opción al título de Licenciada en Turismo. Facultad de Ciencias Empresariales y Administración, Universidad de Holguín, Cuba.
- Clavijo-Azachares, H. (2022). *Diseño del producto turístico cultural Por los senderos de la Cruz en ciudad de Holguín-Cuba*. Tesis en opción al título de Máster en Ciencias en Gestión Turística. Facultad de Ciencias Económicas, Universidad de Holguín, Cuba.
- Huizar-Sánchez, M. A. & Villanueva-Sánchez, R. (2021). *El inventario de recursos turísticos. Formulación y evaluación*. ISBN: 978-607-571-231-4 ebook. Primera edición. Editorial del Centro Universitario de la Costa de la Universidad de Guadalajara, México. Descargado de: <http://www.cuc.udg.mx/>
- Ivars-Baidal, J. A. et al. (2019). Planificación turística en España. De los paradigmas tradicionales a los nuevos enfoques: planificación turística inteligente. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 82, 2765, 1–31. Descargado de: <http://dx.doi.org/10.21138/bage.2765>

-
- López De Ávila-Muñoz, A. y García-Sánchez, S. (2015). Destinos turísticos inteligentes. *Revista Economía Industrial*, 395, 61 – 69. Descargado de: <https://www.mincotur.gob.es/>
- Mejía-Mariscal, N. (2022). *El inventario turístico y su importancia*. Descargado de: <https://www.entornoturistico.com/el-inventario-turistico-y-su-importancia/>
- Ochoa Sierra, L. y Moya Pardo, C. (2019). La evaluación docente universitaria: retos y posibilidades. *Revista Folios*, (49), 41-60. Descargado de: <http://www.scielo.org.co/pdf/folios/n49/0123-4870-folios-49-41>
- Palao-Fuentes, R. I.; Cardet-Fernández, E.; Medina-Labrada, J. R. (2021, 22-25 noviembre). *Proyección de desarrollo al 2030 del destino Holguín por una gestión turística basada en innovación*. Paper presented at the Taller de Ciencias Económicas y de la Administración Pública y Empresarial III Convención Científica Internacional Las Tunas 2021, Cuba
- Partido Comunista de Cuba (2021). *Conceptualización del Modelo Económico y Social Cubano de Desarrollo Socialista*. Empresa de Artes Gráficas *Federico Engels*, La Habana.
- Pérez-Anzardo, L. E. (2020) *Diseño del producto agroturístico Rancho Aventura en el municipio Calixto García*. Tesis en opción al título de Máster en Ciencias en Gestión Turística. Facultad de Ciencias Empresariales y Administración, Universidad de Holguín, Cuba.
- Pintado-Aguilera, E. (2017). *Diseño del producto turístico patrimonial Festival de los Parques en la ciudad de Holguín*. Tesis en opción al título de Máster en Ciencias en Gestión Turística. Facultad de Ciencias Empresariales y Administración, Universidad de Holguín, Cuba.
- Rodríguez-Jiménez, E.; Martínez-Martínez, C. C.; Alfonso-Serafín, A. C. (2022). Diagnóstico de la situación actual de los destinos turísticos regionales. *Revista Retos de la Dirección*, 16(2), 56-80. Descargado de: <https://revistas.reduc.edu.cu/index.php/retos/>
- Salinas-Chávez, E.; Salinas-Chávez, E.; Echarri-Chávez, M. (2008). *Apuntes sobre Geografía Turística de Cuba*. Editorial *Félix Varela*. La Habana, Cuba
- Terry-Gregorio, J. R. (2022). *El inventario de recursos turísticos ¿moda o necesidad?* Descargado de: <https://www.linkedin.com/>
- Terrazas-Juárez, A. R. & Cruz-Coria, E. (2020). *Inventario de recursos turísticos*. *Instituto de Ciencias Económico-Administrativas*. Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo, México. Descargado de: <https://repository.uaeh.edu.mx/>

The background features a vibrant, futuristic cityscape at night. In the center, a prominent monument with a winged eagle on top stands on a circular base. The city is illuminated with warm orange and yellow lights, while the sky is filled with a complex network of glowing blue and white icons connected by lines, representing a digital or data network. Light trails in various colors (blue, orange, pink) streak across the foreground, creating a sense of motion and energy. The overall aesthetic is high-tech and modern.

Capítulo II. Promoviendo el crecimiento de Startups turísticas: un estudio de las aceleradoras de negocios en México

PROMOVIENDO EL CRECIMIENTO DE STARTUPS TURÍSTICAS: UN ESTUDIO DE LAS ACELERADORAS DE NEGOCIOS EN MÉXICO

Promoting the Growth of Tourism Startups: A Study of Business Accelerators in
Mexico

Rosa María del Consuelo Rivera Villegas

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Complejo Regional Sur

<https://orcid.org/0000-0003-3036-1950>

rosa.rivera@correo.buap.mx

Jesús Mejía Encarnación

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Complejo Regional Sur

<https://orcid.org/0009-0000-6941-316X>

jesus.mejia@correo.buap.mx

Rafael Carrera García

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Complejo Regional Sur

<https://orcid.org/0009-0000-2734-2850>

rafael.carreragarcia@viep.com.mx

Como citar: Rivera Villegas, R. M. d. C., Encarnación Mejía, J., & Carrera García, R. (2024). Promoviendo el crecimiento de Startups turísticas: un estudio de las aceleradoras de negocios en México. In *Perspectivas multidisciplinares del turismo: Desafíos y oportunidades en Cuba y México* (pp. 18-34). Ciencia Digital. <http://libros.cienciadigital.org/index.php/CienciaDigitalEditorial/catalog/book/>

Resumen

Las aceleradoras de startups tienen como objetivo mejorar y apoyar nuevos emprendimientos considerados escalables en poco tiempo. Por lo tanto, el objetivo principal de esta investigación es proporcionar información relevante sobre las herramientas administrativas y oportunidades de financiamiento que ofrecen las aceleradoras de negocios para el crecimiento de las startups turísticas en México. Este estudio se diseñó como una investigación cualitativa descriptiva, utilizando métodos de recolección de datos no estandarizados para explorar las oportunidades de financiamiento disponibles para las startups turísticas. Los resultados resaltan la información documental esencial necesaria para identificar ideas y características clave, proporcionando datos sintetizados para respaldar futuras investigaciones y aquellos que buscan información relevante. A través del análisis presentado, se pueden observar las similitudes existentes entre las aceleradoras Startup en México. Esto subraya su objetivo compartido de promover el emprendimiento e innovación, las oportunidades que pueden explorar las startups turísticas y la importancia de que los países y gobiernos establezcan marcos para su desarrollo y crecimiento económico, considerando las implicaciones futuras de la globalización.

Palabras clave: startups, turismo, aceleradoras de startups, financiamiento, innovación, emprendimiento

Abstract

Startup accelerators aim to improve and support new ventures considered scalable in a short time. Therefore, the main objective of this research is to provide relevant information on the administrative tools and funding opportunities offered by business accelerators for the growth of tourism startups in Mexico. This study was designed as descriptive qualitative research, using non-standardized data collection methods to explore the financing opportunities available for tourism startups. The results highlight the essential documentary information needed to identify key insights and characteristics, providing synthesized data to support future research and those seeking relevant information. Through the analysis presented, it is possible to observe the similarities that exist between Startup accelerators in Mexico. This underscores their shared goal of promoting entrepreneurship and innovation, the opportunities that tourism startups can explore and the importance for countries and governments to establish frameworks for their development and economic growth, considering the future implications of globalization.

Keywords: startups, tourism, startup accelerators, financing, innovation, entrepreneurship

Introducción

Las aceleradoras de startups desempeñan un papel crucial en el apoyo y mejora de nuevos emprendimientos con alto potencial de escalabilidad en un corto período de tiempo, Cohen (2013). Esta investigación se centra en proporcionar ideas valiosas sobre las herramientas administrativas y oportunidades de financiamiento ofrecidas por las aceleradoras de negocios para fomentar el crecimiento de startups turísticas en México. El objetivo principal de este estudio es arrojar luz sobre los mecanismos de apoyo financiero disponibles para las startups turísticas a través de un enfoque cualitativo descriptivo. Al emplear métodos de recolección de datos no estandarizados y flexibles, esta investigación profundiza en las oportunidades de financiamiento que pueden beneficiar a las startups turísticas en México.

Se espera que los hallazgos de este estudio proporcionen información documental esencial que pueda ayudar a identificar ideas y características clave cruciales para el crecimiento exitoso de las startups turísticas. Al explorar las aceleradoras de startups en México, esta investigación busca destacar su misión compartida de promover el emprendimiento y la innovación. Además, tiene como objetivo resaltar las diversas oportunidades que las startups turísticas pueden aprovechar, subrayando la importancia del apoyo gubernamental para su desarrollo y crecimiento económico en el contexto de la globalización.

El presente proyecto de investigación radica su importancia en dar a conocer las herramientas, estrategias, oportunidades y financiamiento que se otorgan a través de aceleradoras de negocios a nivel nacional e internacional.

Revisión de la literatura

En el ámbito turístico, las aceleradoras de startups desempeñan un rol de importancia al proporcionar un entorno propicio para el crecimiento y desarrollo de nuevas empresas en esta industria, Cohen (2013). En el contexto específico de México, estas entidades juegan un papel crucial al facilitar un acceso estratégico a recursos financieros, mentores especializados y redes de contactos clave.

Las aceleradoras representan una vía estratégica para que las startups turísticas accedan a capital semilla, asesoramiento experto y programas de capacitación especializados. Esta infraestructura de apoyo acelera la validación de modelos de negocio, fomenta la innovación y facilita el acceso a oportunidades de inversión, Cohen & Hochberg (2014). Además, al promover la colaboración y el intercambio de conocimientos en el sector turístico, las aceleradoras contribuyen a la generación de soluciones innovadoras que mejoran la competitividad y la oferta de servicios turísticos.

Las aceleradoras de startups ofrecen acceso a financiamiento inicial, la posibilidad de establecer conexiones estratégicas con actores clave del sector y la aceleración del crecimiento empresarial, Cremades (2019). No obstante, algunas desventajas pueden incluir la dilución del control accionario y la presión por alcanzar objetivos de crecimiento en plazos determinados, Chorda (1999).

En el ámbito de la investigación internacional, se destaca un estudio empírico realizado en Estados Unidos en 1994, el cual se centró en 18 empresas surgidas del entorno universitario. Para su selección, se consideraron las opiniones de expertos del mercado en la región de California (Área de la Bahía de San Francisco). Cada uno de los fundadores de estas startups expresó, a través de entrevistas, su visión y experiencia sobre el éxito alcanzado en sus nuevos y novedosos negocios, (Chorda, 1999).

A nivel latinoamericano, se evidencia la implementación de las herramientas y dinámicas de las aceleradoras de startups en países como Chile, Colombia, México y Perú, y el valor que generan en cada uno de ellos. El propósito principal es fomentar la competitividad a través del impulso de ideas innovadoras como medio para promover nuevos emprendimientos, (Camayo et al, 2017).

Es relevante destacar los avances en Europa, donde se llevó a cabo un estudio en Barcelona que analiza el caso de la aceleradora empresarial BCN Accelerator. Esta iniciativa surge como respuesta a la falta de desarrollo incubador y acelerador en España. BCN Accelerator aporta un valor adicional al enfocarse en un nuevo nicho de mercado identificado. En este estudio se realiza un análisis académico de la metodología empleada por BCN Accelerator, (Yanaculis, 2015).

En el ámbito mexicano, las aceleradoras de startups turísticas desempeñan un papel fundamental al estimular la innovación, promover el emprendimiento y fortalecer el entorno empresarial del país. A través de la provisión de recursos financieros, orientación especializada y oportunidades de networking, estas entidades contribuyen al desarrollo sostenible del sector turístico en México, incrementando su competitividad a nivel local y global. La presencia activa de estas aceleradoras en el panorama emprendedor mexicano posiciona al país como un atractivo destino para startups en el ámbito turístico, fomentando la generación de valor agregado en la industria del turismo.

En relación con los cambios derivados de la Cuarta Transformación, se han implementado modificaciones significativas en el funcionamiento del Fondo Nacional del Emprendedor (FNE) y el Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM). A partir del 17 de octubre de 2019, con la publicación en el Diario Oficial de la Federación (DOF) del Reglamento Interno de la Secretaría de Economía (RISE), el INADEM cesó sus operaciones y transfirió sus funciones a la Unidad de Desarrollo Productivo (UDP).

Por consiguiente, la UDP asume la responsabilidad de diseñar y difundir programas, políticas y financiamiento destinados a las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES), eliminando las disparidades entre individuos y regiones al suprimir las barreras económicas que obstaculizan la generación de riqueza para todos. Asimismo, opera a través de dos programas de financiamiento: 1) Fondo Nacional Emprendedor y 2) Programa Nacional para el Financiamiento al Microempresario, (Secretaría de Economía, 2020).

Es importante señalar que en el Plan Nacional de Desarrollo (PND) 2019-2024, publicado en el DOF el 12 de julio de 2019, se establece como objetivo principal el de “impulsar la reactivación económica y lograr que la economía vuelva a crecer a tasas aceptables”. Por lo que, sus principales estrategias son fortalecer el mercado interno, para la creación de empleos productivos y mejor remunerados. Así como, la creación del Banco del Bienestar cuya finalidad es ofrecer a los beneficiarios un servicio bancario de programas sociales y eliminar el manejo económico por medio de intermediarios que generen prácticas corruptas. El Banco del Bienestar alcanza siete mil sucursales en el país.

El gobierno federal pretende motivar la participación en la investigación científica y tecnológica, además de apoyar a estudiantes mediante becas. Por ello, el CONACYT tiene la responsabilidad y función de coordinar el PND a favor de la ciudadanía, el cual vincula a instituciones académicas, pueblos, científicos y empresas.

No obstante, existen otros tipos de programas que permiten el crecimiento de emprendedores con ideas innovadoras de negocio, denominadas aceleradoras de negocios startup de las cuales nos enfocaremos a analizar sus procesos y otorgamiento de financiamiento a nivel nacional.

Antecedentes de Financiamiento en México

Durante el siglo XIX el concepto empresa no existía, pues solo se tenían sectores productivos como: la agricultura, la minería, En los albores del siglo XX se presentan los conceptos de industria, comercio y el desarrollo a la producción industrial, se fomenta la industria mediana y pequeña. En el siglo XXI durante la administración del presidente Enrique Peña Nieto se forman políticas que dan origen a las MIPYMES, quien sirve como pilar para el desarrollo de apoyar el emprendimiento, por lo que Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM) condiciona sus actividades, para el avance a la tecnología de la información en un contexto de globalización (INADEM, s.f.).

Como resultado, el 13 de enero de 2013 se crea el Instituto Nacional del Emprendedor (INADEM) como órgano desconcentrado de la Secretaría de Economía (SE) por lo que se adicionan y se derogan diversas disposiciones de la misma. El INADEM es administrado y supervisado por el Fondo Nacional del Emprendedor (FNE) para brindar apoyo económico a través de instituciones bancarias u organismos intermediarios (OIs) (Martínez et al., 2021). El FNE cuyo objetivo general fue instrumentar, ejecutar y coordinar la política nacional de apoyo incluyente a emprendedores, micro, pequeñas y medianas empresas, impulsando su innovación, competitividad y proyección en los mercados nacionales e internacionales para aumentar su contribución al desarrollo económico y bienestar social, así como colaborar al desarrollo de políticas que fomenten la cultura y la productividad empresarial (INADEM, s.f.).

El FNE opera desde el 27 de febrero de 2014 en unión con el FONDO PYME y el Fondo Emprendedor, y en 2015 se suma PROLOGYCA. El emprendimiento y desarrollo empresarial del FNE se desarrolló bajo Reglas de Operación (RO). Su cobertura era nacional, por lo cual su objetivo específico fueron los emprendedores con intereses de formalizar una empresa, incrementar su productividad, en cualquier sector de las 32 entidades federativas y que tuvieran la capacidad de innovación.

El FNE se crea para apoyar a las MIPYMES, para promover la inversión, el empleo y el crecimiento a empresas (INADEM, s.f.). Funciona a través de Reglas de Operación, siendo las últimas publicadas en 2019 en las cuales se señalaba como objetivos específicos, promover y fortalecer el financiamiento y desarrollar programas en la creación, incubación, crecimiento, aceleración de Pymes y a emprendedores con un enfoque de innovación para crear competitividad e internacionalización (FNE, Reglas de operación, 2013; 2019).

La convocatoria del FNE funcionaba con subsidios a la inversión acorde a la disponibilidad de presupuesto que se tuviera y a través de convocatorias públicas y asignación directa, considerando lo siguiente:

- Programas de Sectores Estratégicos y Desarrollo Regional;
- Programas de Desarrollo Empresarial, y
- Programas para MIPYMES.

La política muestra las actividades productivas de las MIPYMES, sus proyectos y su desarrollo empresarial a través del Presupuesto Egresos de la Federación (PEF). Todas las convocatorias emitidas por FNE se difundían a través de la página del Sistema Emprendedor www.sistemaemprendedor.gob.mx y medios que establecía el INADEM.

La evaluación de todos los proyectos que solicitaban apoyos del FNE correspondientes a las convocatorias emitidas se valoraban en razón de los siguientes aspectos:

Evaluación Documental del Proyecto: Documentos que establecen las convocatorias, el objeto, los criterios y requisitos.

Evaluación Técnica, Financiera y de Negocios: Evalúa la estructura financiera, el potencial, impacto y riesgos del proyecto.

Evaluación de la Representación del Consejo Estatal: Relevancia asignada al proyecto por parte del Consejo Estatal, en términos de su impacto y beneficios en los sectores prioritarios.

Evaluación Computarizada: Calificación del cumplimiento de criterios y requisitos de cada proyecto a través de un algoritmo computacional (FNE, Reglas de operación, 2019).

A partir del 2019, se presentan cambios importantes, con la publicación en el Diario Oficial de la Federación del nuevo Reglamento Interior de la Secretaría de la Economía (RISE) mediante el cual se abrogan las funciones del INADEM y se transfieren sus funciones a la Unidad de Desarrollo Productivo (UDP) (INADEM, s.f.).

En México las Startups se han concentrado en los sectores financiero, salud, TIC, educación y agricultura principalmente. Según el Instituto Nacional del Emprendedor, (INADEM), los sectores que han crecido gradualmente y resultan más interesantes para emprender son:

Fintech

Se acentúa el papel de las Fintech en el desarrollo de la economía mexicana, al representar alternativas más eficientes y menos costosas que los métodos tradicionales de crédito y envío de remesas. Dichas necesidades hacen posible un nicho de mercado para las propuestas de Fintech o banca digital, unido a InsurTech, RegTech, Blockchain e inteligencia artificial. A su vez, el éxito de la consultoría o LegalTech orientada a las pymes, sobre todo para la asesoría jurídica, comunicación corporativa y competitividad, está influyendo el mercado potencial de los emprendedores, (Solís y Torres, 2021).

E-health

Este mercado ha registrado un buen crecimiento, por lo que las opciones para invertir son negocios sobre rehabilitación, fisioterapia, quiroprácticos o consultorios médicos de especialidades. Asimismo, otra alternativa dentro del

sector salud es el ejercicio o fitness, ya que los consumidores demandan servicios para mantenerse en forma, (Solís y Torres, 2021).

IoT (Internet de las cosas) y gestión del Big Data

La tecnología es un mercado que crece de forma exponencial. En este sentido, los smartphones y el acceso a Internet hacen que plataformas online de e-commerce tengan cabida en el mercado mexicano, (Solís y Torres, 2021).

E-learning

El sector de la educación orientado hacia materias generales, a otras habilidades y competencias más específicas o cursos de idiomas, (Solís y Torres, 2021).

Y Combinator

Como inspiración al desarrollo de nuevas aceleradoras, la primera aceleradora fue Y Combinator fundada por Paul Graham en 2005, que ha tomado mucha importancia, ya que ha motivado a 7,000 programas de aceleración e incubación y que más del 90% de las mismas, no poseen un fin lucrativo, basándose en el desarrollo económico al país, (Cremades, 2019).

El desarrollo de startups en México ha sido muy diverso en los sectores donde se adentra; sin embargo, los dedicados a software-datos y los servicios financieros marcan la pauta, por lo que es importante identificar las empresas con mayor potencial de crecimiento o impacto en este nuevo ecosistema startup mexicano, fundamentalmente en el ámbito del turismo.

Sin embargo, es escasa la información que se tiene sobre las aceleradoras de negocios o startups que pretenden mejorar y apoyar a empresas que apenas están iniciando, es decir, empresas de nueva creación que son considerablemente escalables y que actualmente deben tener una base tecnológica para determinar si pueden tener un grado de potencial y facilidad para acceder al mercado global, con ello buscar el desarrollo de una economía local y que estos puedan ser financiados por gobiernos.

En este sentido, en México solo se conoce del INADEM como la institución que otorga apoyo a emprendedores para cualquier actividad económica, y este apoyo era otorgado por el gobierno a través de intermediarios. En abril de 2019 la cámara de diputados aprueba la desaparición de la misma generando una controversia pues se busca reorientar los apoyos y que lleguen de manera directa a las MiPymes y emprendedores, poniendo fin a la corrupción de administraciones pasadas.

Asimismo, con la llegada de la cuarta transformación no solo se busca quitar o anular el apoyo a los emprendedores, sino, eliminar el formato tradicional de un apoyo indirecto para hacer realidad las metas de los emprendedores y que hoy en día cuentan con programas de microcréditos a través del “Banco del Bienestar” que otorga apoyos económicos para seguir creciendo los negocios.

A finales de los años 70 hubo un crecimiento importante de empresas innovadoras principalmente en los Estados Unidos; de acuerdo a esta necesidad

de creación de nuevas empresas, la Economic Development Administration (EDA) y la National Science Foundation (NSF) establecen los primeros programas de incubación (Nieto, 2021).

En años más recientes el desarrollo de nuevas tecnologías, redes sociales, acceso a nuevas plataformas tecnológicas y el propio crecimiento de nuevas ideas de negocio ha generado en la población mundial una motivación por emprender nuevas startups y Latinoamérica no ha sido ajena a este fenómeno.

México tiene el segundo mercado de startups más grande de Latinoamérica, solo después de Brasil, es considerado uno de los mercados más atractivos de América Latina ya que la inversión de capital de riesgo ha crecido cuatro veces desde 2017 y el número de nuevas empresas ha presentado un crecimiento notorio, principalmente en el sector financiero. Adicionalmente inversionistas extranjeros como QED Investors y General Atlantic se encuentran invirtiendo activamente en nuevas empresas mexicanas, (Strategy & PwC, 2021).

El número de startups en México ha tenido un crecimiento anual desde 2010, donde los sectores con mayor número de crecimiento identificados destacan: Belleza y bienestar con una tasa de 31% de crecimiento, Transporte y movilidad con tasa de 22% y agricultura con tasa de 18%. Sin embargo, a partir del 2020 los sectores con mayor número de startups son: Tecnología de la información con más de 600, Servicios Financieros con más de 300 y Servicios empresariales con más de 250, (Strategy & PwC, 2021).

Por consiguiente, es necesario que universitarios, emprendedores y startups, conozcan las diversas oportunidades que ofrecen las aceleradoras y mediante sus programas obtener un financiamiento económico, que impulse el crecimiento y el desarrollo de la empresa e incentive la generación de una economía en el país.

Metodología

Este estudio se basó en un enfoque cualitativo descriptivo para investigar las herramientas administrativas y oportunidades de financiamiento proporcionadas por las aceleradoras de negocios para el crecimiento de startups turísticas en México. La investigación se llevó a cabo a través de un proceso de recopilación de datos no estandarizado y flexible, que incluyó entrevistas semiestructuradas con representantes de aceleradoras de startups y emprendedores del sector turístico.

Se seleccionaron participantes clave con experiencia en el ecosistema de startups y turismo, garantizando una representación diversa de perspectivas. Las entrevistas se grabaron y transcribieron para un análisis detallado de los datos. Además, se realizó un análisis documental exhaustivo de informes, estudios y documentos relevantes sobre aceleradoras de negocios y startups turísticas.

El marco teórico se basó en la literatura existente sobre aceleradoras de startups, emprendimiento en el sector turístico y oportunidades de financiamiento para nuevas empresas. El análisis de datos se realizó utilizando un enfoque inductivo para identificar patrones emergentes y temas clave relacionados con las herramientas administrativas y oportunidades de financiamiento ofrecidas por las aceleradoras de negocios en el contexto de las startups turísticas.

Esta metodología permitió una comprensión profunda de las prácticas actuales y las perspectivas futuras en cuanto al apoyo financiero proporcionado por las aceleradoras de negocios para el crecimiento de las startups turísticas en México.

Resultados

Principales fuentes de financiamiento para startups turísticas en México

Financiamiento a través de StartUp México

Es la organización líder en México en la promoción de la innovación, la cultura emprendedora y el desarrollo económico tanto a nivel local como a nivel internacional. Su principal objetivo es apoyar Startups prometedoras de alto impacto, proporcionándoles espacio físico, mentores, talleres, financiación y un ecosistema de servicios profesionales críticos. Su metodología probada permite a cada empresa operar con eficiencia y eficacia para mejorar su probabilidad de éxito. (StartUp México, s.f.)

Startup México da la oportunidad de participar en las convocatorias de incubación, adquirir productos o servicios para impulsar a tu startup, unirse al espacio de coworking, asistir a eventos y cursos, entre otras diversas actividades diseñadas para la nueva generación de emprendedores en México. (StartUp México, s.f.)

Su visión es posicionar a México como un puente de innovación y motor económico entre América Latina y los mercados más desarrollados, permitiendo a los proyectos emprendedores de la región llegar a oportunidades financieras como la innovación desde mercados más desarrollados a través de México para llegar a otros países de Latinoamérica, de la mano de inversionistas como: Nuts, Ubiquo Co Work Sapi De Cv, Amazon Web Service, Around, Babelia, Botget, Brainsted, Logistica CEAFA (Consultoría Empresarial Administrativa Fiscal Sa de Cv), Grupo Medios, Credijusto, DESCIFRA, DocuSing, Essenzialudika, Fiverr, Google Workspace, Grupo cuarzo soluciones de software y digitales SAPI, HubSpot for Startups, IMR Software, Liberu, minu, Openpay, Oracle, Poliglota, Quantum Exports, Skydropx, TaxSee-Marketing en Movimiento, TDSYNNEX, Tiendanube México, XALDIGITAL.

Los programas que oferta Startup México dependen del tipo de giro de la empresa y del sector en que se encuentra, y donde se encuentran:

Programas para emprendedores

Programa Pre-incubación. Este programa busca que todos aquellos jóvenes que cuentan con un proyecto de negocios idealizado, generen oportunidades de negocio mediante el desarrollo de habilidades y herramientas que les permitan afrontar retos en mercados altamente competitivos a través de propuestas innovadoras, (Startup México, s.f).

Este programa brinda a los emprendedores del sector turístico la oportunidad de desarrollar habilidades y herramientas para afrontar los desafíos en mercados altamente competitivos, fomentando propuestas innovadoras que generen oportunidades en el ámbito turístico.

Programa incubación. Consiste en un sistema Building Blocks, donde permite aproximar a los nuevos emprendedores al importante proceso de emprendimiento e innovación, fomentando las competencias y habilidades empresariales que ayudan a que las ideas se materialicen y lleguen a transformarse en un producto o servicio innovador de alto impacto en el mercado, (StartUp México, s.f).

A través del sistema Building Blocks, este programa acerca a los emprendedores turísticos al proceso de emprendimiento e innovación, fortaleciendo competencias empresariales y habilidades necesarias para materializar ideas en productos o servicios turísticos innovadores de alto impacto en el mercado.

Programa Bootcamp. Consiste en una capacitación intensiva a emprendedores convocados previamente durante un mínimo de dos días seguidos y un total promedio de 16 horas de análisis en temas especializados, con la finalidad de hacer llegar información relevante que potencialice las propuestas de los emprendedores, (Startup México, s.f)

Ofrece una capacitación intensiva a emprendedores del sector turístico, proporcionando información relevante y especializada que potencie sus propuestas empresariales, permitiéndoles desarrollar soluciones innovadoras y competitivas en el mercado turístico.

Sum Weekend. Consiste en un maratón de desarrollo tecnológico en el cual hay un encuentro de programadores o tecnólogos con objetivo de desarrollo colaborativo de software, (Startup México, s.f).

Desde este programa se puede desarrollar un maratón de desarrollo tecnológico que facilite el encuentro de programadores y tecnólogos con el objetivo de colaborar en el desarrollo de software para aplicaciones turísticas innovadoras y funcionales.

Programas para PYMES

Aceleración Básica. Se enfoca en desarrollar las habilidades y oportunidades que necesita tu proyecto para avanzar con éxito en el mercado, a través de conocimiento experto para crear, compartir e integrar soluciones rápidas e innovadoras en sus portafolios empresariales, (Startup México, s.f).

Enfocado en desarrollar habilidades y oportunidades necesarias para que proyectos turísticos avancen con éxito en el mercado, proporcionando conocimientos expertos para la creación e integración de soluciones rápidas e innovadoras en el portafolio empresarial del sector turístico.

Aceleración Avanzada. Este programa busca desafiar a los participantes a identificar las áreas de oportunidad para su negocio, apoyando a los mismos en la creación o revisión de un plan de crecimiento estratégico que cubra las áreas de Ventas, Marketing, Finanzas, Capital Humano y Gobierno Corporativo, pretendiendo identificar las ofertas comerciales para abordar la dependencia excesiva de un cliente o línea de productos en particular. (Startup México, s.f)

Desafía a los participantes a identificar áreas de oportunidad en el negocio turístico, apoyándolos en la creación o revisión de un plan estratégico de crecimiento que abarque aspectos como ventas, marketing y otros elementos clave para el desarrollo exitoso de startups turísticas.

Programas para Corporativos

Se lleva a cabo la implementación de un sistema de innovación a través del entrenamiento de personal y de la implementación de un caso real. Las sesiones de capacitación son presencial y está dirigido a altos ejecutivos (Champions) de Corporativos y su equipo de trabajo, los temas están enfocados a la implementación de estrategia, portafolio de innovación y Soft Skills (Liderazgo, trabajo en equipo, habilidades analíticas, e innovación) en su empresa, su objetivo es ejecutar un proyecto de innovación, alineado con los objetivos de crecimiento de la empresa a tres años, creando eslabones de conexión entre la empresa y la dinámica del ecosistema de innovación Mexicano. (Startup México, s.f)

Programa Soft Landing

El programa Soft Landing ofrecido por Startup México está diseñado para empresarios y emprendedores que buscan expandirse a nuevos mercados, establecer alianzas, recibir mentoría, establecer contactos y obtener financiamiento. Este programa facilita a las nuevas empresas extranjeras la instalación de operaciones en México, proporcionando las herramientas, contactos e infraestructura necesarios para acelerar su crecimiento y detectar oportunidades que impulsen su negocio, (Startup México, s.f).

Soft Landing brinda apoyo al conectar a las empresas con expertos en diversas áreas como legal, contabilidad, impuestos, negocios, marketing digital, recursos humanos, tecnología y seguridad, entre otros. Además, ofrece beneficios como espacio de trabajo durante 6 meses en cualquiera de los 8 campus disponibles, consultoría de mercado FIT, programa Go To Market, talleres y mentoría personalizada según los intereses específicos de cada startup, reuniones con posibles inversores y socios, acceso a fondos locales, asesoramiento por un Country Manager a tiempo parcial o completo, sesiones de feedback y diagnóstico, networking con actores clave del ecosistema empresarial mexicano, visitas a centros de innovación y desarrollo, oportunidades para expandirse

globalmente a través de aliados y socios, así como acceso a créditos por valor de más de \$250,00.00 pesos para servicios como alojamiento web, análisis y soporte técnico con socios de Startup México, (Startup México, s.f).

Financiamiento a través de capital privado en México

Es importante señalar que también existe el financiamiento privado en México el cual se puede obtener a través de las siguientes organizaciones.

Angel Ventures. Es una de las firmas mexicanas de capital de riesgo más activas e influyentes de Latinoamérica. Fundada en 2008; está invierte en empresas que se encuentran en etapas iniciales o de crecimiento temprano al convertirse en un inversionista líder de la Serie Semilla y la Serie A en nuevas empresas que impulsan modelos de negocios innovadores adaptados al mercado latinoamericano. (Angel Ventures, s.f. a.)

Estrategia de inversión Carabela invierte en emprendedores audaces, que desafían el statu quo y trabajan con integridad, para impactar positivamente las vidas de millones de personas en América Latina, a través de la tecnología. El equipo de inversión acompaña a los emprendedores a lo largo de su viaje de inicio y los conecta con co – inversores y socios que pueden ayudar a impulsar el crecimiento y lograr salidas. (Angel Ventures, s.f. b.)

Tesis de Inversión de Fondos Carabela invierte en empresas de tecnología en etapa inicial que tienen un alto potencial de crecimiento en toda América Latina. El fondo invierte en equipos multidisciplinares y 100% comprometidos con gran capacidad de ejecución, resolviendo problemas relevantes en los siguientes verticales: TIC's, E-Commerce, FinTech, IoT, Inteligencia Artificial y BioTech (AgriTech, FoodTech y Medio Ambiente). Carabela lidera o co – lidera rondas de pre semilla y semilla para que las empresas continúen validando su modelo de negocio o comienzan a escalar sus operaciones. (Angel Ventures, s.f. a.)

Asociación Mexicana de Capital Privado, A.C. (AMEXCAP). La Asociación Mexicana de Capital Privado, A.C. (AMEXCAP) fue fundada en 2003, es una organización sin fines de lucro, cuya misión es fomentar el desarrollo de la industria de capital privado y capital emprendedor en México. (Amexcap, s.f)

Para poder ser afiliado a AMEXCAP se necesita: Llenar el formulario en línea de acuerdo con el perfil de la firma solicitante (asociado o afiliado) con la mayor información posible; una vez que la información es revisada, se comparte la solicitud con el Consejo Directivo de la Asociación, y a través de una votación se define si la solicitud es aprobada o no; Teniendo el resultado de la votación, la AMEXCAP se pondrá en contacto con la organización solicitante y, en caso de que la solicitud sea aprobada, se tramita el pago de la cuota anual de membresía, a AMEXCAP da la bienvenida formalmente en el boletín semanal que se comparte a todos los miembros de la Asociación y se generan los usuarios para habilitar el acceso al contenido exclusivo dentro de la página web. La membresía da las oportunidades de tener acceso a: Programa de educación y apoyo a inversionistas para facilitar el fondeo, Difusión y continua presencia estratégica

en medios, eventos, cámaras, asociaciones, etc. (incluye plan de comunicación) y Promoción internacional para atracción de capital, (Amexcap, s.f).

Financiamiento a través de capital público

El Banco del Bienestar, Sociedad Nacional de Crédito, Institución de Banca de Desarrollo, es el principal dispensor de recursos de programas sociales del actual gobierno federal. Su función es promover y facilitar el ahorro entre los mexicanos dentro y fuera del país, así como el acceso al financiamiento de primer y segundo piso de forma equitativa para personas físicas y morales, impulsando así la inclusión financiera, promoviendo el uso diseño y fomento de la innovación tecnológica con el fin de procurar mejores condiciones financieras (Institución de Banca de Desarrollo, s. f.). Dentro de los servicios que ofrece se encuentran: Cuentahorro, Pagaré con Rendimiento Liquidable al Vencimiento (PRLV), CODES, BIDES, Servicios Fiduciarios, Recepción de pagos, Dispersión de Recursos y Programa de Crédito de Segundo Piso, el último sirviendo como financiamiento a empresas (Institución de Banca de Desarrollo, 2016).

En función del financiamiento que ofrece el banco del bienestar se encuentra:

Programa de Crédito de Segundo Piso. Desde 2010, el Banco del Bienestar lleva a cabo operaciones de financiamiento a empresas, con base en el mandato de Ley de la Institución y en cumplimiento de lo siguiente: ofrecer servicios que vinculen a la población con el sistema financiero que permitan promover la competencia, contribuir al fortalecimiento del sector económico a través de la oferta del financiamiento y capacitación en manera de administración del crédito y por último atender la demanda del financiamiento de manera equitativa, teniendo en consideración sectores en desarrollo, con énfasis en la población con menores ingresos que residen en zonas urbanas. (Institución de Banca de Desarrollo, 2017)

Ayuda a localidades de zona rural en actividades productivas, en zona urbana en actividades comerciales y en periferia urbana actividades de consumo. El programa brinda atención a los siguiente: Instituciones de Banca Múltiple (I.B.M.), Sociedades Financieras Populares (SOFIPO), Sociedades Cooperativas de Ahorro y Préstamo (SCAP), Sociedades Financieras Comunitarias (SOFINCO), Uniones de Crédito, Sociedades Financieras de Objeto Múltiple Reguladas y No Reguladas (SOFOM E.R. y E.N.R.) y Fideicomisos. (Institución de Banca de Desarrollo, 2017)

Las líneas de crédito de segundo piso del Banco del Bienestar podrán utilizarse para:

Generación de cartera (Créditos nuevos utilizando los recursos de la línea de crédito del Banco del Bienestar), Descuento de cartera (Cartera generada previamente con recursos de la sociedad). El nivel de cobertura de la garantía que se solicite se fijará derivado del estudio de crédito que se realice y autorizada por el Órgano Facultado y podrá ser prendaria, líquida o una combinación de éstas.

Unidad de Desarrollo Productivo. La Unidad de Desarrollo Productivo (UDP) es la encargada de revisar, proponer, promover, diseñar, coordinar y ejecutar la política pública de apoyo a MIPYMES, con el objetivo de reducir la desigualdad entre personas y regiones; tiene el propósito de reactivar la economía mexicana, hacerla más incluyente, diversa e innovadora a través de estímulos a sectores económicos estratégicos para los mercados interno y externo, (Secretaría de Economía, 2020).

La UDP opera a través del Fondo Nacional Emprendedor y el Programa Nacional para el Financiamiento al Microempresario, ofreciendo los siguientes financiamientos:

Créditos para microempresas con condiciones preferenciales.

Esquemas de garantías para que mujeres y jóvenes puedan acceder a créditos con condiciones preferenciales en banca comercial –en alianza con la banca de desarrollo.

Esquemas de garantías para PYMES que se desempeñan en sectores que son estratégicos para el estímulo de la demanda interna y la demanda externa con alto contenido nacional. Algunos de estos sectores son: agroindustria, desarrollo de software, envasado, empaquetado y etiquetado de productos, industria aeroespacial, industria automotriz, industria de la construcción, industrias verdes y de energías renovables, proveeduría minorista, sector eléctrico y electrónico y sector metalmeccánico.

Programas de acceso a recursos y herramientas para fortalecer las capacidades empresariales a través de convocatoria pública y de manera directa a las empresas, sin discrecionalidad y con total transparencia.

Desarrollo de Capacidades Empresariales, acompañamiento, asistencia técnica y capacitación grupal, en aspectos clave para la operación de las empresas de menor tamaño, tales como: Administración, Comercialización, Finanzas, Procesos, Habilidades blandas, Inclusión social y responsabilidad con el medio ambiente

Certificaciones para que PYMES de sectores estratégicos puedan mejorar sus procesos y vincularse con cadenas de proveeduría y cadenas globales de valor.

Este programa también apoya a equipamiento subsidiado hasta el 80% destinado a empresas que se desempeñan en actividades económicas tales como comercio al por menor de toda clase de perecederos y no perecederos, elaboración de tortillas, lavanderías y tintorerías, reparación mecánica, restaurantes, peluquerías, y servicios de contabilidad y auditoría, entre otros. Con el objetivo de ayudar y crear nuevos empleos a mujeres y jóvenes emprendedores, (Secretaría de Economía, 2020).

Proyecto a Fondo Perdido. Son llamados programas a fondo perdido cuando el proyecto llegase a fracasar no se tendrá que hacer ningún reembolso monetario,

eso sí siempre y cuando puedas demostrar que utilizaste el dinero o capital de la forma adecuada, (Proyecto Fondo Perdido, s.f).

Los recursos provienen de los impuestos que todos los contribuyentes pagan, bien sea a nivel nacional o internacional. Y además de los apoyos que fomentan la cooperación y también el desarrollo internacional, así como las empresas Coca Cola Company, Grupo Bimbo, entre otras, (Proyecto Fondo Perdido, s.f.).

La convocatoria aplica para:

Personas que deseen emprender un nuevo proyecto: Deberán enviar en un correo electrónico su nombre completo, dirección, y CURP, seguido de la idea de proyecto a desarrollar especificar el por qué, que hará y cómo lo hará, con sus propias palabras, en caso de ser aceptados se le enviará los siguientes pasos, solo será oficial por medio del siguiente correo: inscripciones@proyectofondoperdido2022-2023-gob.mx (Proyecto Fondo Perdido, s.f.).

Inversión en Proyecto Activo o Abandonado: Este aplica para personas con un negocio activo o que tuvieron un negocio y se quiera retomar; deberán enviar artículo en un correo electrónico su nombre completo, dirección, y CURP, seguido de evidencia de su negocio, con una descripción personal para que ocuparan el dinero de proyecto, cuál es su motivación, por que funcionara, etc. con sus propias palabras, en caso de ser aceptados se le enviara los siguientes pasos, solo será oficial por medio del siguiente correo: inscripciones@proyectofondoperdido2022-2023-gob.mx (Proyecto Fondo Perdido, s.f.).

Contar con incubadoras especializadas en el desarrollo de startups turísticas es de vital importancia, ya que estas iniciativas no solo fomentan la innovación y el emprendimiento en el sector turístico, sino que también tienen un impacto significativo en la calidad de las experiencias ofrecidas a los turistas. Estas incubadoras permiten que las startups turísticas puedan desarrollar propuestas novedosas y atractivas, mejorando así la oferta de servicios turísticos y creando experiencias más enriquecedoras y memorables para los visitantes. Además, al impulsar el crecimiento de estas empresas, se contribuye al desarrollo sostenible de las comunidades locales donde se desarrolla la actividad turística, generando empleo, promoviendo la conservación del entorno y fomentando la participación activa de la comunidad en la industria turística.

Conclusiones

La investigación sobre las aceleradoras de startups a nivel nacional revela la presencia de diversos programas y entidades que respaldan el espíritu emprendedor en las startups. Estos programas ofrecen capacitación y apoyo para la implementación de planes detallados de trabajo, lo que impulsa y motiva a las startups a consolidarse en el entorno comercial elegido. Las aceleradoras abordan aspectos esenciales como la asesoría, mentoría, talleres, cursos, financiamiento y lanzamiento de productos, lo que permite a los emprendedores estructurar sus planes de negocios y llevar a cabo sus ideas concretas.

Es relevante destacar que, a pesar del avance de la información en línea y el desarrollo de internet, aún persiste cierta falta de claridad en torno a la definición y funciones específicas de las aceleradoras. Muchas de ellas son aún consideradas como incubadoras, proyectos de crecimiento o programas de emprendimiento. En el contexto mexicano, las aceleradoras de negocios brindan a las startups la oportunidad de lograr un crecimiento rápido y escalable en el mercado. La mayoría de las startups se enfocan en la innovación tecnológica, buscando optimizar sus servicios mediante la eficiencia en el uso de recursos y en la prestación de servicios.

Referencias bibliográficas

- Amexcap. (s. f.). Acerca de la AMEXCAP. Recuperado 13 de julio de 2023, de <https://amexcap.com/>
- Angel Ventures. (s. f. a.). Fondos semilla. Recuperado 10 de julio de 2023, de <https://www.angelventures.vc/>
- Angel Ventures. (s. f. b.). Sobre nosotros. Recuperado 10 de julio de 2023, de <https://www.angelventures.vc/>
- Camayo, W., Vásquez, C. M., Zavaleta, L. E. (2017). Análisis del ecosistema emprendedor latinoamericano y su impacto en el desarrollo de Startups. [Tesis de Licenciatura, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas] Repositorio Académico UPC. <http://hdl.handle.net/10757/621422>
- Cohen, S. (2013) What Do Accelerators Do? Insights from Incubators and Angels. [¿Qué hacen las aceleradoras? Perspectivas de las incubadoras y los Ángeles] Innovations: Technology, Governance, Globalization, 8(3-4). 19-25. https://doi.org/10.1162/INOV_a_00184
- Cohen, S., & Hochberg, Y.V. (2014). Accelerating Startups: The Seed Accelerator Phenomenon [Acelerando Startups: El fenómeno de las aceleradoras de semillas] SSRN, 1-16. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2418000>
- Cremades, A. (2019, 10 de enero). How startup accelerators work. [Cómo funcionan las aceleradoras de empresas] Forbes. <https://www.forbes.com/sites/alejandrocremades/2019/01/10/how-startup-accelerators-work/?sh=1595309644cd>
- Chorda, I. M. (1999). Las claves del éxito en nuevas compañías innovadoras según los propios emprendedores. Dirección y organización, 0(21).167-174 <https://doi.org/10.37610/dyo.v0i21.303>
- FNE - Reglas de Operación del Fondo Nacional Emprendedor para el ejercicio fiscal 2014. (2013, 28 de diciembre). DOF. https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5328349&fecha=28/12/2013#gsc.tab=0

-
- FNE - Reglas de Operación del Fondo Nacional Emprendedor para el Ejercicio Fiscal 2019. (2019, 28 de febrero). DOF. https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5551413&fecha=28/02/2019#gsc.tab=0
- INADEM, (s.f.). Instituto Nacional del Emprendedor. INADEM. Recuperado el 3 de julio de 2023. <https://www.inadem.gob.mx/>
- Institución de Banca de Desarrollo. (2016, 14 abril). Acciones y programas. <https://www.gob.mx/bancodelbienestar/acciones-y-programas/productos-y-servicios-empresas>
- Institución de Banca de Desarrollo. (2017, 15 noviembre). Programas de segundo piso. <https://www.gob.mx/bancodelbienestar/acciones-y-programas/programa-de-credito-de-segundo-piso>
- Institución de Banca de Desarrollo. (s. f.). ¿Qué hacemos? Recuperado el 12 de julio de 2023. <https://www.gob.mx/bancodelbienestar/que-hacemos>
- Martínez, L., Torres, A., & Muñoz, J. (2021, 28 de mayo). Impacto de las políticas de emprendimiento innovador en México [ponencia]. 2017: XVII Congreso Latino-Iberoamericano de Gestión Tecnológica. México D.F., México. <https://repositorio.altecasociacion.org/handle/20.500.13048/1611>
- Nieto, M. (2021). Impacto, efectividad y evolución de las incubadoras y aceleradoras sociales, y su contribución a la generación de empleo de calidad a través del emprendimiento. [tesis pregrado Universidad Pontificia Comillas – ICADE] Repositorio Comillas. <https://repositorio.comillas.edu/xmlui/handle/11531/46983>
- Proyecto Fondo Perdido. (s.f.). Proyecto Fondo Perdido 2022-2023. Recuperado 10 de julio de 2023, de <https://proyectofondoperdido2022-2023-gob.mx/>
- Secretaría de Economía. (2020, 31 marzo). Unidad de Desarrollo Productivo, UDP. Recuperado 12 de julio de 2023, de <https://www.gob.mx/se/acciones-y-programas/unidad-de-desarrollo-productivo>
- Solís, S. & Torres, K. (2021, 29 de noviembre). Importancia de las startup en la economía del siglo XXI. <https://gestionyestrategia.azc.uam.mx/index.php/rge/article/download/733/1206/1799>
- StartUp México. (s. f.). Acerca de Nosotros. Recuperado 7 de julio de 2023, de <https://www.startupmexico.com/>
- Strategy & PwC. (2021). Ecosistema de Startups Mexicano. PricewaterhouseCoopers, S.C. <https://www.strategyand.pwc.com/mx/es/archivo/1125072-ms-2021-Startup-Ecosystem-STGY-Esp.pdf>

Yanaculis, K. A. (2015). La cadena de valor e importancia competitiva de las incubadoras y aceleradoras empresariales. Caso práctico BCN Accelerator, Cámara de comercio de Barcelona [Tesis de Maestría, Universidad Politécnica de Catalunya]. UPC Commons. <http://hdl.handle.net/2117/85920>

Capítulo III. Análisis factorial exploratorio para las percepciones de los clientes sobre un hotel seguro en la era post-Covid-19



ANÁLISIS FACTORIAL EXPLORATORIO PARA LAS PERCEPCIONES DE LOS CLIENTES SOBRE UN HOTEL SEGURO EN LA ERA POST-COVID-19

Exploratory factor analysis for customer perceptions of a secure hotel in the post-COVID-19 era

Lianet Suárez-Cuba

Universidad de Holguín

<https://orcid.org/0009-0001-4348-0521>

lianetsc02@gmail.com

Dayana González-Hernández

Hotel Brisas Guardalavaca

<https://orcid.org/0009-0002-3549-893X>

dayanagh86@gmail.com

Gül Erkol Bayram

University of Sinop

<https://orcid.org/0000-0001-9764-2883>

gulerkol@windowslive.com

Como citar: Suárez-Cuba, L., González-Hernández, D., Erkol Bayram, G. (2024). Análisis factorial exploratorio para las percepciones de los clientes sobre un hotel seguro en la era post-Covid-19. In *Perspectivas multidisciplinares del turismo: Desafíos y oportunidades en Cuba y México* (pp. 35-53). Ciencia Digital. <http://libros.cienciadigital.org/index.php/CienciaDigitalEditorial/catalog/book/>

Resumen

El Covid-19 impactó de manera negativa en el turismo, para su recuperación los sistemas turísticos tienen la obligación de incluir aspectos de seguridad para generar confianza entre turistas y prestadores de servicios. El objetivo de la investigación es explorar las dimensiones subyacentes sobre la imagen de un hotel seguro en el contexto POST-COVID-19 desde las percepciones de los huéspedes. Estudio cuantitativo y diseño instrumental, donde participaron 159 clientes hospedados en hoteles del destino Holguín y que pernoctaron en la instalación por más de una noche. Los datos fueron recopilados mediante un cuestionario estructurado con 32 ítems en una escala Likert de 5 puntos. El análisis factorial exploratorio (Quintero-Venegas) permitió determinar las dimensiones subyacentes que influyen en la imagen de un hotel seguro en la etapa postcovid. Se realizó un Análisis Factorial Exploratorio, se eliminaron los ítems con carga factorial inferior a 0.50, los ítems restantes se agruparon en seis factores (Limpieza e Higiene, asistencia médica, staff del hotel, prevención y

mitigación, tecnología y comunicación) (explican el 76.018% de la varianza total). Los factores y el cuestionario en general arrojaron valores aceptables de consistencia interna KMO (0,800) y Bartlett ($p < 0,05$). Los hallazgos de este estudio son muy útiles para los gestores de la industria del alojamiento y mercadotecnia, al permitir mejorar el sistema de seguridad de clientes y empleados respecto al control y prevención de infecciones y diseñar campañas promocionales que refuercen la imagen de hotel seguro en la era post-COVID-19.

Palabras clave: turismo, seguridad, protección, postpandemia, covid-19, postcovid, hospitalidad.

Abstract

Covid-19 had a negative impact on tourism; for its recovery, tourism systems have the obligation to include security aspects in order to generate confidence among tourists and service providers. The objective of the research is to explore the underlying dimensions of the image of a safe hotel in the POST-COVID-19 context from the guests' perceptions. Quantitative study and instrumental design, with the participation of 159 clients staying in hotels in the Holguin destination and who stayed overnight in the facility for more than one night. Data were collected by means of a structured questionnaire with 32 items on a 5-point Likert scale. Exploratory factor analysis (EFA) allowed determining the underlying dimensions that influence the image of a safe hotel in the postcovid stage. An Exploratory Factor Analysis was performed, items with factor loadings below 0.50 were eliminated, the remaining items were grouped into six factors (Cleanliness and Hygiene, medical assistance, hotel staff, prevention and mitigation, technology and communication) (explaining 76.018% of the total variance). The factors and the questionnaire in general yielded acceptable KMO (0.800) and Bartlett's ($p < 0.05$) internal consistency values. The findings of this study are very useful for managers in the lodging and marketing industry to improve the safety system of customers and employees with respect to infection control and prevention and to design promotional campaigns that reinforce the image of a safe hotel in the post-COVID-19 era.

Keywords: tourism, security, safety, post-pandemic, Covid-19, post-covid, hospitality.

Introducción

La pandemia de COVID-19 ha tenido un impacto significativo en la industria turística a nivel mundial. El cierre de fronteras, la cancelación de vuelos y la disminución en la demanda de viajes han sido algunos de los efectos más notorios de esta crisis sanitaria. En este contexto, la seguridad sanitaria se ha convertido en una prioridad para los sistemas turísticos, ya que los turistas buscan destinos y alojamientos que ofrezcan medidas de seguridad y confianza.

La Organización Mundial de la Salud (OMS) ha sido enfática en su llamado a la industria turística para que adopte medidas de seguridad sanitaria que permitan prevenir la propagación del virus y garantizar la seguridad de los turistas y trabajadores del sector. En este sentido, la imagen de un hotel seguro se ha vuelto aún más relevante en la era post-COVID-19, ya que los turistas buscan alojamientos que ofrezcan medidas de prevención y mitigación de la enfermedad.

En este sentido, los hoteles tienen una gran responsabilidad en garantizar la seguridad sanitaria de sus huéspedes y empleados. Es por ello que la imagen de un hotel seguro es un factor clave en la elección de alojamiento por parte de los turistas. En la era post-COVID-19, esta imagen se ha vuelto aún más relevante, ya que los turistas buscan alojamientos que ofrezcan medidas de prevención y mitigación de la enfermedad.

Revisión de la literatura

La rápida expansión del COVID-19 a nivel global trajo consigo que el día 11 de marzo de 2020 la Organización Mundial de la Salud (OMS) la declarara como pandemia (World Health Organization, 2020). La industria turística fue uno de los sectores con un fuerte impacto negativo, resultado de las restricciones de movilidad, reducción de viajes y traslados hacia y desde determinados lugares, así como, la contracción en la demanda de los servicios turísticos (Gössling et al., 2020).

En la actualidad, la recuperación de este sector será más rápida en la medida que se avance en la inmunización de la población mundial con la introducción de vacunas, se eliminen las restricciones de viajes y se logre una coordinación más efectiva donde la información brindada sea más clara sobre los protocolos de viaje (UNWTO, 2022). Sin embargo, diferentes estudios refieren que la recuperación será más efectiva en los países desarrollados teniendo en cuenta que pueden conseguir vacunar una suficiente proporción de su población para lograr la inmunidad, siendo más complicada la situación para los países de bajo ingreso que son también destinos turísticos importantes (Awasthi et al., 2022; Sanabria-Díaz et al., 2021).

El control de las diferentes regiones del mundo ha permitido recuperación de la actividad turística. Según reporte de la (Organización Mundial del Turismo, 2022) el sector se situó casi al 60% de los niveles anteriores a la pandemia. Esta recuperación constante es reflejo de la fuerte demanda reprimida de viajes internacionales, así como de la flexibilización o el levantamiento de las restricciones de viaje hasta la fecha (a 19 de septiembre de 2022, donde 86 países ya no tienen restricciones relacionadas con la COVID-19).

Como consecuencia de la lucha por la erradicación del virus, esta trajo consigo un fuerte movimiento en el desarrollo de investigaciones referidas a este campo de investigación. En la actualidad las investigaciones transitan del análisis de estudios del impacto del Covid-19, la resiliencia del turismo y el papel de la gobernanza en la implementación de políticas y estrategias de recuperación y el

control de la pandemia en los destinos turísticos a estudios que permitan una rápida recuperación del sector, centrados principalmente en estudios que tienen en cuenta al cliente como centro de atención (Zielinski & Botero, 2020).

En tal sentido, se reconoce que, para la recuperación del turismo a nivel mundial, es clave conocer las nuevas necesidades de los viajeros en esta etapa de pos pandemia. El impacto del Covid-19 ha reconfigurado el perfil de los clientes por consiguiente tendrán que adaptar los servicios que se brindan a estos. Se trata de un consumidor que se caracteriza por hacer un uso más sistemático de las TICs para seleccionar destinos (Gössling, 2021; Guerrero-Blanco et al., 2022) y que, a raíz de la pandemia, es un cliente más sensible al nuevo entorno de inseguridad (Montero-López et al., 2022). Por tanto, un elemento ha comenzado a ser significativo para el viajero en la presente etapa: la seguridad turística (Alam & Parveen, 2021).

En un contexto de pandemia, los viajeros se muestran más preocupados por los riesgos para la salud y la propagación de la enfermedad pues las campañas de vacunación aunque tienen un éxito notable, la pandemia aún no está bajo control (Zielinski & Botero, 2020). Por lo tanto, los turistas son más cautelosos y conscientes a la hora de elegir los destinos que prefieren para visitar, incluso cuando ya hayan recibido un tipo particular de vacuna contra el COVID-19. (Atsa'am & Wario, 2021). Según (Petruzzi & Marques, 2022) estos aspectos influyen en el comportamiento y toma de decisiones de los turistas, lo que trae como resultado que impacte en el desarrollo y mantenimiento de las organizaciones del turismo y hotelería.

La seguridad turística constituye en la actualidad un fenómeno multidimensional, de prevención y atención al visitante, por lo tanto, incluyen tanto al turista como a los prestadores de servicios y la comunidad local (Tovmasyan & Tovmasyan, 2020). Desde el punto de vista de la seguridad sanitaria en hoteles esta se refiere a las medidas de prevención y control de riesgos para la salud pública y de los huéspedes en el alojamiento turístico, así como la preparación para emergencias y la respuesta ante una posible enfermedad contagiosa, Atadil & Lu (2021).

Desde el punto de vista de la seguridad de la vida y la salud, los turistas en los momentos actuales se muestran más preocupados. Como tal, es esencial garantizar la salud mediante un ambiente de seguridad en los servicios que brindan las organizaciones turísticas, principalmente el hotel. Desde el punto de vista científico se evidencia que este fenómeno ha tenido la atención de la academia y de la industria turística con el objetivo de garantizar el flujo de turistas y la satisfacción de estos en los destinos turísticos que visitan.

En la literatura, existen varios estudios que han explorado la seguridad sanitaria en el turismo y en hoteles, especialmente en la etapa post-COVID-19. Por ejemplo, (Petruzzi & Marques, 2022) exploró las estrategias de seguridad sanitaria implementadas por los hoteles durante la pandemia de COVID-19. Los autores encontraron que las medidas de seguridad sanitaria más implementadas fueron la limpieza y desinfección, el uso de equipo de protección personal y la capacitación del personal en protocolos de seguridad sanitaria. Este

comportamiento ilustra que la salud y la seguridad influyen considerablemente en las reservas de alojamiento, y esto es así no solo para los grupos de mayor edad (segmentos más vulnerables al Covid-19), sino para toda la población (Pappas & Glyptou, 2021).

Además, un estudio de (Kim & Liu, 2022; Mohanty et al., 2020) examinó la percepción de seguridad sanitaria de los turistas en los hoteles durante la pandemia de COVID-19. Los autores encontraron que los turistas percibían que la limpieza y desinfección eran los factores más importantes para garantizar la seguridad sanitaria en los hoteles.

Kim & Liu (2022) refieren que el distanciamiento social sigue siendo una medida de seguridad que debe constituir una norma en la industria de la hospitalidad, por tanto, para crear experiencias únicas, asequibles, personalizadas, específicas en contexto, profundas y memorables hay que tenerlas en cuenta.

El empleo de la tecnología se pondera en los hoteles para asegurar la seguridad y protección de clientes y staff del hotel, destaca el empleo de scanner término, desinfectantes de manos, el empleo de máscaras, entre otras tecnologías (Mia & Hassan, 2021). En este orden, se aborda la introducción de facilidades para brindar el servicio sin contacto, soportado principalmente por la tecnología inteligente (Chen et al., 2021).

Finalmente, cobra importancia la certificación de turismo higiénico y seguro de las compañías del turismo y la hospitalidad, la cual es diseñada para asegurar el cumplimiento de los protocolos establecidos en la protección de los clientes del COVID-19 (Sanabria-Díaz et al., 2021).

No obstante, pocos estudios investigan de manera integral las medidas de seguridad y salud que los prestadores de servicios del turismo deben implementar para sus clientes (Robina Ramírez et al., 2021). Teniendo en cuenta que la industria del turismo depende en gran medida de la información y la satisfacción de estos (Wang et al., 2018). Por tanto, la calidad de los servicios y la percepción que los turistas tengan de los destinos conllevará en gran medida al nivel de repitencia y al arribo de nuevos clientes (Arpan Kumar Kar & Vigneswara Ilavarasan, 2021). Según (Pappas & Glyptou, 2021) estos aspectos crean una perspectiva de calidad, donde a mayor nivel de salud y seguridad, mayor calidad de los servicios de alojamiento brindada. Para los turistas, la experiencia de buenas medidas de seguridad juega un papel muy importante en la generación de confianza, (Safraz et al., 2022).

En este contexto, nuestro estudio cobra relevancia al contribuir a la búsqueda de modelos que permitan alcanzar la seguridad y confianza de los turistas. La OMS ha exhortado a la industria turística a adoptar medidas de seguridad sanitaria para prevenir la propagación del virus, aun cuando se ha declarado el cese de la emergencia sanitaria por el Covid-19 (World Health Organization, 2023) y nuestra investigación sobre las dimensiones subyacentes de la imagen de un hotel seguro en el contexto post-COVID-19 desde las percepciones de los huéspedes, puede ser de gran utilidad para los gestores de hoteles y destinos

turísticos en el desarrollo de estrategias efectivas para mejorar la imagen de hotel seguro y generar confianza entre los turistas.

El objetivo de la investigación es explorar las dimensiones subyacentes sobre la imagen de un hotel seguro en el contexto POST-COVID-19 desde las percepciones de los huéspedes. Este estudio tiene como finalidad contribuir al desarrollo de un sistema de seguridad de clientes y empleados respecto al control y prevención de infecciones para la industria turística, así como diseñar campañas promocionales que refuercen la imagen de hotel seguro en la era post-COVID-19.

Metodología

Para alcanzar este objetivo, se llevará a cabo una encuesta a huéspedes de hoteles en la etapa post-COVID-19 para evaluar su percepción de seguridad en diferentes áreas del hotel. Los resultados de esta investigación pueden proporcionar información valiosa para los hoteles y la industria hotelera en general para adaptarse a la situación actual y futuras crisis de salud pública.

Se emplea un diseño de investigación cuantitativo, de tipo instrumental y corte transversal. El estudio se enfoca en las percepciones de los clientes sobre un hotel seguro en la etapa postpandemia, momento en el que la industria turística se revitaliza después del impacto negativo ocasionado por la Covid-19. El diseño de la escala de medida que se propone para capturar las percepciones de los clientes sobre la seguridad sanitaria y su validación se realizó siguiendo los pasos propuestos por (Dias et al., 2021; Ya-Ping Chang & Hung, 2021): 1. Generación de Ítems (revisión de la literatura y generación de Ítems) 2. Purificación de los Ítems generados (desarrollo del cuestionario, obtención de los datos) 3. Evaluación de la escala de medida (realización del AFE y redefinir los ítems y la escala).

1. La etapa inicial, generación de Ítems es el resultado de la revisión de la literatura científica relacionada con la seguridad sanitaria, inicialmente se incluyeron un total de 41 Ítems que se extrajeron de (Atadil & Lu, 2021; Carvache-Franco et al., 2022; Dwiatmojo et al., 2021; Ghazi, 2016; Ivanov et al., 2022; Jaime-Torre & R-Toubes, 2017; Joshi & Sadhale, 2022; Kaniyasi et al., 2021; Meng et al., 2022; Montero-López et al., 2022; Robina-Ramírez et al., 2022; Shin & Kang, 2020).
2. Purificación de los ítems generados; el cuestionario diseñado se sometió al criterio y evaluación de gestores del sector de la hospitalidad y académicos, los que a partir de su experticia pueden contribuir con sus conocimientos e ideas sobre la seguridad sanitaria de los clientes en hoteles. Los cinco expertos seleccionados analizaron y evaluaron el cuestionario propuesto por los investigadores, en este procedimiento se identificaron los Ítems que menos contribuyen al análisis del fenómeno objeto de estudio. Finalmente, después de evaluados los ítems generados en la primera etapa del procedimiento los evaluadores excluyen los ítems

que consideran menos importantes y brindan sugerencias y recomendaciones respecto al cuestionario, entre las que se incluyen: la actualización del cuestionario teniendo en cuenta los protocolos sanitarios que se implementan en el país y principalmente en la industria de la hospitalidad los que se actualizan en la medida que avanzan las campañas de vacunación y el control que se tenga de la pandemia de Covid-19. El primer filtrado permitió reducir el número de ítems de 41 a 38 para llegar a conformar la propuesta a aplicar.

Una de las decisiones más importantes en la investigación es el tamaño de la muestra, teniendo en cuenta que muchas veces no se puede contar con muestras grandes. Teniendo en cuenta, que la presente investigación se desarrolla principalmente en la etapa de revitalización del turismo, en la que no se logra el estado en el que se encontraba el turismo antes del Covid-19. Se siguen los criterios de (de Winter et al., 2009; Kline, 2014; Pearson & Mundform, 2010) los que sugieren un mínimo de 100 como tamaño de muestra, suficiente para llevar a cabo estudios de este tipo. En la presente investigación fueron reclutados los turistas que pernoctaron en el hotel por más de una noche en marzo de 2022. En esta fase del estudio se obtuvieron 259 cuestionarios válidos. Los encuestados reflexionaron y emitieron sus percepciones sobre la seguridad de la salud de los clientes en el hotel, para evaluar los 38 ítems se empleó una escala de 5 puntos (1) completamente en desacuerdo, (2) desacuerdo, (3) neutral, (4) de acuerdo, (5) totalmente de acuerdo. El cuestionario consta de tres secciones: la primera sección explica el objetivo del estudio y solicita el consentimiento informado antes de comenzar a responder los ítems. En la pesquisa se consideró la participación voluntaria y anónima. En la segunda sección se indaga en los datos demográficos género, edad, país de procedencia y motivaciones de viaje y la última sección mide las percepciones de los encuestados sobre la importancia de la seguridad del hotel considerando las nuevas condiciones en las que se desarrolla el turismo a raíz del impacto de la Covid-19.

3. Evaluación de la escala de medida: en esta etapa para reducir el número de ítems y simplificar la escala se emplea el análisis factorial exploratorio (Assefa et al.). El EFA es empleado en la psicología y ciencia del comportamiento para identificar la estructura básica de un conjunto de variables, principalmente cuando no existe una teoría muy fuerte, las variables tienden a estar relacionadas con otras variables o el número de posibles factores es desconocido (Ya-Ping Chang & Hung, 2021). EFA es también empleada cuando no se conoce la estructura subyacente de los factores, no ha sido previamente desarrollada alguna investigación, o no se han establecido los ítems para un factor en particular (Das & Bhattacharya, 2021). En la presente investigación el EFA se emplea con el objetivo de revelar la estructura subyacente de un conjunto de variables identificando los factores existentes que guardan relación con la seguridad de la salud de los clientes en hoteles en tiempos de postpandemia.

El EFA se realiza con la ayuda del SPSS 26, en el mismo mediante una matriz de correlaciones, se correlacionan las 32 variables para simplificar la información y calcular las medidas de fiabilidad prueba de esfericidad Bartlett y Kaiser–Meyer–Olkin (KMO). La medida de adecuación de la muestra mediante la prueba Kaiser Meyer-Olkin (KMO) = 0.915 lo que se considera como un buen índice de acuerdo a (Dias et al., 2021; Ledesma et al., 2021; Ya-Ping Chang & Hung, 2021). La prueba de Esfericidad de Bartlett se estimó usando el chi-square con un valor de 5941.328, estadísticamente significativa 0.000, lo que indica la existencia de suficientes correlaciones entre los ítems seleccionados y la adecuación de variables para el desarrollo del análisis factorial (Ledesma et al., 2021). Los ítems con cargas de comunalidad <.50 fueron eliminados.

Se ha utilizado el método de análisis de componentes principales (ACP) rotando los factores mediante rotación Varimax se recomiendan esta rotación porque simplifica la estructura del factor y los resultados obtenidos son más significativos (Hair et al., 2014).

Se realizaron iterativas pruebas de consistencia del modelo factorial con base en criterios de ajuste, sustrayendo ítems que resultaban escasamente relevantes, sea por sus cargas factoriales, significación estadística y comunalidad, resultando en una estructura simplificada de 32 ítems.

Resultados

Perfil de los encuestados

El cuestionario fue respondido por masculinos 50.9% y femenino 49.1%. Las edades de los encuestados se encuentran entre los 18 y más de 57 años de edad. La mayoría son adultos con más de 41 años (el rango de 18-24 años el 10.03%, de 25-40 años el 28.18%, de 41-56 el 29.72% y más de 57 años el 32.04%). La relación de clientes según su país de procedencia se comportó de la siguiente manera nacionales 25.86%, Canadá 39.76%, España 11.96%, Serbia 7.72% y Alemania 14.67%. Respecto a las motivaciones de viaje, la belleza de las playas del destino es la principal motivación con el 35.90%, viajar con familiares y amigos 27.79%, la seguridad con el 22.77%, entre otras motivaciones. La información se muestra en la tabla 1.

Tabla 1. Distribución sociodemográfica de la muestra

	N	%
Género		
Masculino	132	50.9
Femenino	127	49.1
Edad		
18 a 24	26	10.03

25 a 40	73	28.18
41 a 56	77	29.72
más 57	83	32.04
País de procedencia		
Nacionales	67	25.86
Canadá	103	39.76
España	31	11.96
Serbia	20	7.72
Alemania	38	14.67
Motivaciones de viaje		
Belleza de las playas	93	35.90
Familiares y amigos	72	27.79
Seguridad	59	22.77
Pueblo cubano	15	5.79
Cultura y patrimonio	12	4.63
Salud	8	3.08

Análisis factorial exploratorio de la seguridad de la salud de clientes en hotel

Después de realizadas varias pruebas de consistencia del modelo factorial con base en criterios de ajuste seleccionados para determinar los factores que afectan la percepción de los clientes hospedados en hoteles del destino Holguín en relación a la seguridad en la etapa postpandemia se identifica que la suma total de la varianza explicada es estimada en 76.915% para seis factores (ver tabla 2), sobrepasando el valor mínimo establecido (60%) para estos análisis (Hair et al., 2014), confirmando de esta manera la validez de la extracción.

Tabla 2. Varianza total explicada

Componente	Autovalores iniciales			Sumas de cargas al cuadrado de la extracción			Sumas de cargas al cuadrado de la rotación		
	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado	Total	% de varianza	% acumulado
1	13.043	37.266	37.266	13.043	37.266	37.266	6,659	19,025	19,025
2	4.108	11.736	49.002	4.108	11.736	49.002	4,715	13,471	32,496
3	2.977	8.505	57.507	2.977	8.505	57.507	4,711	13,459	45,955
4	2.774	7.926	65.433	2.774	7.926	65.433	4,439	12,682	58,637
5	2.554	7.298	72.731	2.554	7.298	72.731	4,078	11,652	70,289

6	1.464	4.184	76.915	1.464	4.184	76.915	2,249	6,425	76,714
---	-------	-------	--------	-------	-------	--------	-------	-------	--------

Método de extracción: análisis de componentes principales.

El análisis factorial exploratorio generó seis factores. Los factores se denominaron: Limpieza e higiene, Asistencia médica, Staff del Hotel, Población local y comunidad, Tecnología y Comunicación, respectivamente (Ver tabla 3). El alpha de Cronbach's calculado para cada uno de los factores excepto el factor comunicación (.689) se encuentran en el rango de 0.908 a 0.945, lo que indica una consistencia interna razonable (>0.60) según (Hair et al., 2014). Estos factores se identificaron como los principales factores para determinar la escala de medida de la percepción de los clientes en relación a la seguridad turística en la etapa postcovid-19 (ver tabla 4), Limpieza e higiene (8 Items), Asistencia médica (8 Items), Staff del Hotel (6 Items), Población local y comunidad (3 Items), Tecnología (4 Items) y Comunicación (3 Items).

Tabla 3. Matriz de componente rotado^a

	Componentes					
	1	2	3	4	5	6
La frecuencia de limpieza y desinfección en el hotel es adecuada para garantizar la seguridad de los huéspedes.	.921					
Los productos de limpieza y desinfección utilizados en el hotel son efectivos para combatir el COVID-19.	.911					
El personal de limpieza está adecuadamente capacitado en técnicas de limpieza y desinfección poscovid-19.	.632					
El personal de limpieza del hotel es monitoreado diariamente para detectar síntomas de COVID-19.	.872					
El hotel garantiza la gestión de los residuos de los clientes en las diferentes áreas del hotel.	.764					
El personal garantiza la correcta manipulación de los alimentos y bebidas.	.797					
La información sobre las medidas de limpieza y desinfección del hotel está claramente comunicada a los huéspedes.	.761					
Los accesorios de seguridad como dispensadores de desinfectante de manos y toallitas desinfectantes están disponibles en áreas comunes y habitaciones.	.852					
El personal del hotel domina el idioma para comunicar a los clientes sobre los protocolos de bioseguridad establecidos en el hotel			.931			
El personal del hotel cumple con los protocolos de distanciamiento social mientras interactúa con los huéspedes.			.845			
El personal del hotel cuenta con buen estado de salud			.864			
El personal del hotel está debidamente capacitado en medidas de seguridad y protocolos para evitar contagios de enfermedades infecciosas.			.883			

El personal del hotel es amable y atento a las necesidades de los huéspedes.	.749
El personal del hotel está disponible para ayudar a los huéspedes en cualquier momento.	.720
El hotel ha establecido políticas efectivas para garantizar que los huéspedes contagiados no representen un riesgo para la población local y la comunidad.	.838
El hotel trabaja en colaboración con la población local y la comunidad para garantizar la seguridad de todos.	.849
Los huéspedes se sienten seguros al interactuar con la población local y la comunidad durante su estadía en el hotel.	.890
El hotel proporciona información clara y precisa sobre las medidas de seguridad y los protocolos implementados en el hotel.	.831
El hotel mantiene una comunicación efectiva con los huéspedes para asegurarse de que estén informados sobre cualquier cambio en las políticas o servicios del hotel.	.879
El hotel está disponible para responder a las preguntas y preocupaciones de los huéspedes de manera oportuna y efectiva.	.596
El hotel cuenta con la tecnología para la desinfección de las diferentes áreas.	.909
El hotel utiliza tecnología para brindar servicio sin contacto (sustitución del menú físico en restaurantes, automatización del check-in y el check-out)	.863
El hotel utiliza tecnología para proporcionar información actualizada sobre los servicios y las políticas del hotel.	.883
El hotel utiliza tecnología para permitir la comunicación con el personal del hotel sin tener que hacer contacto físico.	.875
El hotel cuenta con un servicio de atención médica disponible para los huéspedes las 24 horas del día.	.624
El personal del hotel está capacitado en primeros auxilios y en la detección de síntomas de enfermedades contagiosas.	.644
Los huéspedes cuentan con una clínica en el hotel o cerca de este	.779
La información sobre los servicios de atención médica y los protocolos de seguridad del hotel se comunica claramente a los huéspedes.	.688
El hotel tiene protocolos claros para manejar casos sospechosos de enfermedades contagiosas entre los huéspedes y el personal.	.638
Los huéspedes tienen acceso a medios de protección personal para garantizar su seguridad	.755
Las clínicas cuentan con ambulancias o transporte para el traslado de clientes ante una emergencia.	.796

Un total de 8 ítems conforman el primer factor, los que en su totalidad explican el 37.266% de la varianza total. Dentro del factor y que revisten una importancia significativa en la seguridad de la salud de los clientes en etapa postcovid-19 se encuentra la frecuencia con la que se realiza la limpieza y desinfección, el empleo de productos en la limpieza y desinfección efectivos para combatir el Covid-19, la preparación del personal de limpieza, el control al personal de limpieza para detectar síntomas infección, la gestión de los residuos de los clientes en las diferentes áreas del hotel, la correcta manipulación de alimentos y bebidas, la disponibilidad de los accesorios de seguridad como dispensadores de desinfectantes de manos y la información oportuna sobre las medidas relacionadas con la limpieza y desinfección a los huéspedes.

El segundo factor se denomina Asistencia médica y está estructurado por ocho variables, los que explican el 11.736% de la varianza total. Dentro de este factor el ítem con menor carga es de .574 y el mayor .796. Los clientes valoran la existencia de ambulancias o transporte para el traslado hacia las clínicas u hospitales ante una emergencia, la existencia de clínicas en el hotel o cercanos a este, acceso a los medios de protección personal como garantía de su seguridad, tener información sobre los servicios de atención médica y de los protocolos de seguridad dentro del hotel, la existencia de protocolos para el manejo de casos sospechosos de contagio, así como, el establecimiento de protocolos para actuar ante casos positivos de Covid-19, la preparación del personal del hotel para brindar los primeros auxilios y en la detección de síntomas de enfermedades contagiosas en los huéspedes, el contar con un servicio de 24 horas al día de atención médica y contar con protocolos claros para la actuación ante casos positivos.

Staff del hotel es nombrado el tercer factor, el que se estructura por seis ítems. Este factor explica el 8.505% de la varianza total. Las cargas de los ítems se encuentran en el rango de .720 a .931, este factor guarda relación con el dominio de idiomas por parte del personal de hotel para comunicar a los clientes sobre los protocolos de bioseguridad establecidos en el hotel, la preparación del personal de hotel sobre los protocolos y medidas de seguridad establecidos en el hotel, el estado de salud del personal del hotel, el cumplimiento de los protocolos de distanciamiento social en la interacción con los clientes, la atención de los clientes por parte del staff del hotel así como, la disponibilidad del personal del hotel para atender a los clientes ante cualquier emergencia.

El cuarto factor se denomina población local y comunidad, este se compone por tres variables, los que explican el 7.926% de la varianza total. Las cargas de los ítems oscilan entre .838 a .890, y se enfoca en el establecimiento de políticas para garantizar que los clientes contagiados no representen un peligro para la comunidad local, la colaboración que se establece entre el hotel, la población local y la comunidad para garantizar la seguridad de todos así cómo, el grado de

seguridad que perciben los clientes al interactuar con los pobladores y la comunidad.

Un total de cuatro ítems identifican el quinto factor, el que se nombra tecnología. Este factor explica el 7.298% de la varianza total. La carga de los ítems varía entre .863 y .909. Este factor se enfoca a la existencia dentro del hotel de tecnología para la desinfección de las diferentes áreas, contar con la tecnología para proporcionar información a través de esta a los clientes sobre los servicios y políticas del hotel, evitar el contacto físico para comunicarse con los clientes y brindar diferentes servicios sin contacto.

El sexto factor se denomina comunicación y se estructura por tres variables que explican el 4.184% de la varianza total. Las cargas de los ítems se encuentran en el rango de .596 a .879. En este factor se pondera el papel de la comunicación y su efectividad para asegurar que los clientes se mantengan informados sobre los cambios en las políticas y servicios dentro del hotel, la claridad y precisión de la información de las medidas de seguridad y la disponibilidad para responder a interrogantes y preocupaciones de los clientes de manera oportuna y efectiva.

Discusión

La limpieza e higiene constituye en la etapa de revitalización del turismo un factor fundamental para garantizar la seguridad de los clientes durante sus vacaciones. Esta es una práctica y condición para el alojamiento, pues ayuda a mantener la salud e impedir que se diseminen enfermedades (Kusumawati et al., 2021). Durante la recuperación de la industria en la etapa post-COVID, la limpieza e higiene de los hoteles debe convertirse en el centro de atención de los gestores (Gopalakrishna Pillai et al., 2021) (Atadil & Lu, 2021). Teniendo en cuenta que este factor tiene un efecto significativo para los viajeros cuando toman sus decisiones relacionadas con los viajes (Kusumawati et al., 2021; Shin & Kang, 2020). Los hallazgos también sugieren que la limpieza y desinfección adecuadas son fundamentales para la prevención de la propagación de enfermedades infecciosas y para la tranquilidad de los huéspedes durante su estancia. Esto es de suma importancia, en particular en un contexto de post-pandemia. La ausencia de medidas como la limpieza e higiene puede comprometer la experiencia turística, pero cuando se implementan con éxito, pueden mejorar la percepción de seguridad de la salud y satisfacción de los clientes.

La asistencia médica también ha sido identificada como un factor importante en la satisfacción del cliente en los hoteles durante la etapa de postpandemia de COVID-19. Los clientes exigen de un mayor control e identificación temprana de casos de Covid-19 y contar con una asistencia médica que sea garantía para su salud en caso de contagios o emergencias (Atadil & Lu, 2021; Ghazi, 2016). Los huéspedes esperan que los hoteles brinden acceso a servicios médicos de calidad y protocolos de seguridad.

El personal del hotel es crucial en la satisfacción del huésped. Los huéspedes esperan que el personal del hotel tenga una actitud profesional y servicial, y esté

disponible para ayudarlos en cualquier momento (Parsad Nayak et al., 2021). Además, la capacitación adecuada del personal del hotel en medidas de seguridad y protocolos es fundamental para garantizar la seguridad de los huéspedes. El personal del hotel constituye un atractivo más para los viajeros y que influye en su decisión de viaje. En la etapa de pospandemia no basta con un staff que se caracterice por la cortesía, cordialidad y la comunicación, sino que requiere conocimiento y competencias para asegurar la seguridad de la salud de los clientes a través del dominio y cumplimiento de los protocolos de bioseguridad.

La población local y comunidad constituye un factor importante a considerar en la seguridad de la salud de los clientes en hoteles. Esta puede influir en la seguridad de la salud de los turistas de diversas maneras, como en la disponibilidad y acceso a servicios de salud y la implementación de medidas de prevención de enfermedades. Si la población local y comunidad no está comprometida con la implementación de medidas de prevención de enfermedades, puede aumentar el riesgo de contagio para los turistas (Cheng et al., 2022). En este sentido, es importante que los hoteles trabajen en colaboración con la comunidad local para garantizar la seguridad de la salud de los turistas. Esto puede incluir la promoción de medidas de prevención de enfermedades en la comunidad local, la colaboración con los servicios de salud locales para el tratamiento de posibles casos de enfermedad y la implementación de medidas de limpieza y desinfección en el hotel para prevenir la propagación de enfermedades.

Por otro lado, la importancia de la tecnología y las TIC en la industria hotelera se ha enfatizado en estudios previos antes de la pandemia de COVID-19. Sin embargo, durante la pandemia, el papel de la tecnología y las TIC se ha vuelto aún más importante para garantizar la seguridad de los huéspedes (Hao, 2021) y para crear experiencias turísticas memorables (Chen et al., 2021). Para la investigación de (Orden-Mejía et al., 2022; Parsad Nayak et al., 2021) la tecnología es el factor que mayor impacto tiene en la seguridad turística en tiempos de pandemia. En este sentido, la innovación tecnológica desempeña un papel fundamental en la recuperación de la industria hotelera (Atadil & Lu, 2021). Estas proveen oportunidades significativas para mitigar los impactos negativos de epidemias. Si estas no pueden eliminar los riesgos completamente, pueden mitigar sus consecuencias, además de reducir los costos por gastos de personal empleado en el hotel (Ivanov et al., 2022). Sin embargo, no se puede defender a ultranza el empleo de la tecnología como si esta fuera la solución a todos los problemas generados por la pandemia, se trata de buscar un equilibrio que de forma coherente influya de manera positiva en la seguridad y satisfacción del cliente. Teniendo en cuenta que, investigaciones como la de (Chen et al., 2021) encuentran un efecto negativo en el empleo de la tecnología por el fracaso de la tecnología automática para seguir las instrucciones de los clientes, (Hao, 2021) sugiere que este factor requiere de otras investigaciones por la existencia de otros factores que determinan la aceptación por parte de los clientes y gerentes de las tecnologías y por otra parte, los clientes no quieren perder el contacto con el staff del hotel por los vínculos afectivos que se establecen y la oportunidad

que tienen los clientes de conocer sobre la cultura e identidad de la población local del destino que visitan (Meng et al., 2022).

La comunicación, aunque esta no ha sido mencionada específicamente en la literatura como un factor independiente, la comunicación clara y efectiva ha sido identificada como un aspecto crucial en la percepción de seguridad y satisfacción del cliente en los hoteles (Atadil & Lu, 2021). Por lo tanto, incluir esta dimensión en la evaluación de la calidad del servicio de los hoteles podría ser beneficioso para mejorar la satisfacción del cliente y la percepción de seguridad. La comunicación durante la pandemia y en la nueva normalidad desempeña un rol fundamental. Una comunicación efectiva con los clientes sobre los protocolos de bioseguridad establecidos favorece la comprensión por parte de los clientes internacionales y es fundamental para el control y prevención de enfermedades infecciosas, además de reducir la percepción del riesgo. La comunicación efectiva permitirá a los clientes percibir más beneficios de seguridad y menos riesgos, como resultado, mejorará la confianza de los clientes en el hotel. Finalmente, se requiere de la adaptación de diferentes estrategias de comunicación pues los beneficios giran en torno a generar confianza, credibilidad, honestidad, transparencia, entre otros y reducir la propagación del Covid-19.

Conclusiones

La elección de un destino turístico se relaciona estrechamente a factores que aportan al viajero un momento memorable y experiencias positivas. Empero, la seguridad de la salud es uno de los factores más importantes en la actualidad que influye en la toma de decisiones de las personas a la hora de viajar, por lo cual escogen un destino seguro.

Según los resultados del Análisis Factorial Exploratorio se encuentra una estructura de seis factores, los que hacen mención a la percepción de los clientes sobre la satisfacción y percepción de seguridad en los hoteles durante la etapa poscovid 19. En orden de importancia se encuentra la Limpieza e higiene, seguido de Asistencia médica, Staff del Hotel, Población local y comunidad, Tecnología y Comunicación respectivamente. Estos factores serán de interés para los posibles viajeros cuando tomen sus decisiones relacionadas con los viajes en el contexto actual.

El presente estudio contribuye a la literatura existente al identificar los factores críticos que afectan la satisfacción del cliente y la percepción de seguridad de la salud en el contexto hotelero pos-COVID-19. El estudio sugiere que la comunicación efectiva entre el hotel y los huéspedes y la población local y comunidad no han sido mencionado específicamente en la literatura como factores independientes, por tanto, constituyen factores críticos para la satisfacción del cliente durante la etapa postpandemia de COVID-19. Estos hallazgos pueden ayudar a los investigadores y teóricos a comprender mejor cómo estos factores en la etapa de postpandemia de COVID-19 afecta la

industria hotelera y cómo los gerentes de hoteles pueden responder a los cambios en las expectativas y necesidades de los huéspedes.

Los resultados de este estudio tienen importantes implicaciones prácticas para la gestión hotelera en la etapa poscovid 19. Los gerentes de hoteles pueden utilizar esta información para tomar medidas para mejorar la calidad del servicio y la seguridad de la salud de los clientes al prestar atención a los factores identificados, como la limpieza y desinfección, la asistencia médica, el personal del hotel, el empleo de la tecnología (TIC). Además, la comunicación efectiva entre el hotel y los huéspedes y la población local y comunidad son factores críticos para la satisfacción del cliente, lo que sugiere que los gerentes de hoteles deben ser proactivos en la comunicación con los huéspedes sobre las medidas de seguridad y los procedimientos relacionados con el COVID-19 y garantizar que huéspedes, población local y la comunidad se sientan seguros al interactuar durante su estadía en el hotel. Además, los resultados de este estudio pueden ayudar a los gerentes de hoteles a desarrollar estrategias para competir en el mercado poscovid 19.

La originalidad y novedad de la presente investigación radica en la satisfacción del cliente y la percepción de seguridad de la salud en la etapa poscovid 19. Aunque existen estudios previos que han explorado estos temas, pocos han abordado todos estos aspectos juntos en el contexto de postpandemia de COVID-19, requiere además una comprensión específica de los factores que influyen en la satisfacción del cliente y la percepción de seguridad de la salud en los hoteles, lo que hace necesario un estudio más completo y actualizado. Además, este estudio utiliza una metodología rigurosa y confiable para identificar los factores clave que influyen en la satisfacción del cliente y la percepción de seguridad de la salud.

Entre las principales limitaciones del estudio se encuentran: el estudio se centra en la perspectiva de los turistas, por lo tanto, las investigaciones futuras deberían considerar las opiniones de los anfitriones sobre las medidas de seguridad y tal vez identificar las similitudes y diferencias entre las opiniones de los anfitriones y los invitados.

Referencias bibliográficas

- Alam, M., & Parveen, R. (2021). Covid-19 and Tourism. *International Journal of Advanced Research*, 9(4), 788–804. <https://doi.org/https://doi.org/10.21474/ijar01/12766>
- Arpan Kumar Kar, S. K., & Vigneswara Ilavarasan, P. (2021). Modelling the Service Experience Encounters Using User Generated Content: A Text Mining Approach. *Global Journal of Flexible Systems Management*, 22, 11.
- Assefa, Y., Gilks, C. F., Reid, S., van de Pas, R., Gete, D. G., & Van Damme, W. (2022). Analysis of the COVID-19 pandemic: lessons towards a more

-
- effective response to public health emergencies [Article]. *Globalization and Health*, 18(1), Article 10. <https://doi.org/10.1186/s12992-022-00805-9>
- Atadil, H., & Lu, Q. (2021). An investigation of underlying dimensions of customers' perceptions of a safe hotel in the COVID-19 era: effects of those perceptions on hotel selection behavior. *Journal of Hospitality Marketing & Management*. <https://doi.org/10.1080/19368623.2021.1877588>
- Atsa'am, D. D., & Wario, R. (2021). Association rules on the COVID-19 variants of concern to guide choices of tourism destinations. *Current Issues in Tourism*. <https://doi.org/10.1080/13683500.2021.1951182>
- Awasthi, M. A., Nain, M. A., & Roy, M. A. (2022). Responsible Tourism: A Need of Tourism & Hospitality Industry Post Covid-19. *International Journal of Trend in Scientific Research and Development (IJTSRD)*, 6(3), 1309-1316. www.ijtsrd.com/papers/ijtsrd49708.pdf
- Carvache-Franco, M., Alvarez-Risco, A., Carvache-Franco, W., Carvache-Franco, O., & Del-Aguila-Arcentales, S. (2022). Post-COVID-19 pandemic motivations and segmentation in coastal cities: a study in Lima, Peru. *Journal of Tourism Futures*, 1-13. <https://doi.org/10.1108/JTF-09-2021-0219>
- Chen, S.-H. A., Tzeng, S.-Y., Tham, A., & Chu, P.-X. (2021). Hospitality services in the post COVID-19 era: Are we ready for high-tech and no touch service delivery in smart hotels? *Journal of Hospitality Marketing & Management*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/19368623.2021.1916669>
- Cheng, Y., Fang, S., & Yin, J. (2022). The effects of community safety support on COVID-19 event strength perception, risk perception, and health tourism intention: The moderating role of risk communication. *Managerial and Decision Economics*, 43(2), 496–509. <https://doi.org/10.1002/mde.3397>
- Das, S., & Bhattacharya, S. (2021). Factors affecting beach walkability- Tourists' perception study at selected beaches of West Bengal, India. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 35, 100423. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2021.100423>
- de Winter, J. D., Dodou, D., & Wieringa, P. A. (2009). Exploratory factor analysis with small sample sizes. *Multivar. Behav. Res.*, 44, 147–181.
- Dias, Á., Aldana, I., Pereira, L., Lopes da Costa, R., & António, N. (2021). A Measure of Tourist Responsibility. *Sustainability*, 13, 3351. <https://doi.org/10.3390/su13063351>
- Dwiatmojo, R., Musdalifah, M., Nyura, Y., Arsyad., F., & Jonet, N. (2021). An Analysis of the Impact of Cleanliness, Health, Safety, Environmental Sustainability (CHSE) on Consumer Satisfaction at Zoom Hotel Mulawarman Samarinda. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 647, 467-470.

-
- Ghazi, K. M. (2016). Safety and security measures in Egyptian Hotels. *Journal of Association of Arab Universities for Tourism and Hospitality*, 13(1), 165–190. <https://doi.org/10.21608/jaauth.2016.49721>
- Gopalakrishna Pillai, S., Haldorai, K., Seok Seo, W., & Gon Kim, W. (2021). COVID-19 and hospitality 5.0: Redefining hospitality operations. *International Journal of Hospitality Management*, 94, 102869. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.102869>
- Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2020). Pandemics, tourism and global change: a rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(1), 1–20. <https://doi.org/https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate data analysis*. Pearson Education Limited.
- Hao, F. (2021). Acceptance of contactless technology in the hospitality industry: extending the unified theory of acceptance and use of technology 2. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 26(12), 1386-1401. <https://doi.org/10.1080/10941665.2021.1984264>
- Ivanov, S., Webster, C., Stoilova, E., & Slobodskoy, D. (2022). Biosecurity, crisis management, automation technologies and economic performance of travel, tourism and hospitality companies – A conceptual framework. *Tourism Economics*, 28(1), 3–26. <https://doi.org/10.1177/1354816620946541>
- Jaime-Torre, J., & R-Toubes, D. (2017). El tratamiento de la seguridad turística en Brasil en los medios de comunicación españoles antes de los Juegos Olímpicos de Río 2016. *Revista de Comunicación*, 16(2), 11-32. <https://doi.org/10.26441/RC16.2-2017-A1>
- Joshi, A., & Sadhale, M. (2022). Revenge Tourism: an overview of the phenomenon in India. *Mahratta*, I(II), 1-5.
- Kaniasari, D., Mardotillah, M., & Masatip, A. (2021). Health Protocol as A Prevention in Hotel Service During the Pandemic. *Jurnal Akademi Pariwisata Medan*, 9(1), 46-52. <https://doi.org/10.36983/japm.v9i1.120>
- Kim, Y. R., & Liu, A. (2022). Social distancing, trust and post-COVID-19 recovery. *Tourism Management*, 88, 104416. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104416>
- Kline, P. (2014). *An easy guide to factor analysis*. Routledge.
- Kusumawati, F. R., Ferdous, E., & Bayramov, B. (2021). The impact of customer behaviour on travel intention abroad after a pandemic. *Int. J. Tourism Policy*, 11(2), 142-160.
- Ledesma, R. D., Ferrando, P. J., Trógolo, M. A., Poó, F. M., D Tosi, J., & Castro, C. (2021). Exploratory factor analysis in transportation research: Current practices and recommendations. *Transportation Research Part F*, 78, 340–352. <https://doi.org/10.1016/j.trf.2021.02.021>
-

- Meng, Y., Mingming, C., Lin, Y., & Zhicheng, Y. (2022). Hotel guest satisfaction during COVID-19 outbreak: The moderating role of crisis response strategy. *Tourism Management*, 93, 1-14. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2022.104618>
- Mia, N., & Hassan, K. (2021). Post COVID Challenges to the Tourism and Hospitality Industry: A Study on Bangladesh. *Canadian Journal of Business and Information Studies*, 3(6), 109-119. <https://doi.org/https://doi.org/10.34104/cjbis.021.01090119>
- Mohanty, P., Hassan, A., & Ekis, E. (2020). Augmented reality for relaunching tourism post-COVID-19: socially distant, virtually connected. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 12(6), 753-760. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.1108/WHATT-07-2020-0073>
- Montero-López, L., Díaz-Pompa, F., Serrano-Leyva, B., & Ortiz-Pérez, O. L. (2022). Perception of national clients on safety and security at the Brisas Guardalavaca Hotel in the post-covid-19 stage. *RIAT Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*, 18(1), 40-59. <https://doi.org/10.4067/S0718-235X2022000100040>
- Orden-Mejía, M., Carvache-Franco, M., Huertas, A., Carvache-Franco, W., Landeta-Bejarano, N., & Carvache-Franco, O. (2022). Post-COVID-19 Tourists' Preferences, Attitudes and Travel Expectations: A Study in Guayaquil, Ecuador. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19, 4822. <https://doi.org/10.3390/ijerph19084822>
- Organización Mundial del Turismo. (2022). *El turismo internacional se sitúa al 60% de los niveles anteriores a la pandemia en enero-julio de 2022*. UNWTO.
- Pappas, N., & Glyptou, K. (2021). Accommodation decision-making during the COVID-19 pandemic: Complexity insights from Greece. *International Journal of Hospitality Management*, 93, 102767. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102767>
- Parsad Nayak, K., Singh Bhinder, H., & Kaur, N. (2021). A study on the preference of hotel booking attributes, post Covid-19 pandemic. *Journal of Tourism Insights*, 11(1). <https://doi.org/10.9707/2328-0824.1182>
- Pearson, R. H., & Mundform, D. J. (2010). Recommended sample size for conducting exploratory factor analysis on dichotomous data. *Journal of Modern Applied Statistical Methods*, 9(5).
- Quintero-Venegas, G.-J. (2021). La valoración poshumanista del ecoturismo en México a partir de los discursos ambientales y de la historia de las Áreas Naturales Protegidas. *Letras Verdes, Revista Latinoamericana de Estudios Socioambientales*(29), 117-135. <https://doi.org/10.17141/letrasverdes.29.2021.4746>
- Robina-Ramírez, R., Medina-Merodio, J. A., & Estriegana, R. (2022). What do urban and rural hotel managers say about the future of hotels after COVID-

-
- 19? The new meaning of safety experiences. *Cities*, 120, 103492. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2021.103492>
- Robina Ramírez, R., M, J. A. M., Moreno Luna, L., Jiménez Naranjo, H. V., & Sánchez Oro, M. (2021). Safety and Health Measures for COVID-19 Transition Period in the Hotel Industry in Spain. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(718), 19.
- Sanabria-Díaz, J. M., Aguiar-Quintana, T., & Araujo-Cabrera, Y. (2021). Public strategies to rescue the hospitality industry following the impact of COVID-19: A case study of the European Union. *International Journal of Hospitality Management*, 97, 102988. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.102988>
- Sarfraz, M., Raza, M., Khalid, R., Ivascu, L., Albasher, G., & Ozturk, I. (2022). Coronavirus Disease 2019 Safety Measures for Sustainable Tourism: The Mediating Effect of Tourist Trust. *Frontiers in Psychology*, 13, 784773. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.784773>
- Shin, H., & Kang, J. (2020). Reducing perceived health risk to attract hotel customers in the COVID-19 pandemic era: focused on technology innovation for social distancing and cleanliness. *International Journal of Hospitality Management*, 91. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0278431920302164>
- Tovmasyan, G., & Tovmasyan, R. (2020). Tourism Safety And Security In The Republic Of Armenia. *SocioEconomic Challenges*, 4(2), 14-22. [https://doi.org/https://doi.org/10.21272/sec.4\(2\).14-22.2020](https://doi.org/https://doi.org/10.21272/sec.4(2).14-22.2020)
- UNWTO. (2022). *World Tourism Barometer*. World Tourism Organization. UNWTO.
- Wang, X., Gu, J. Z., C., & Zhen, F. (2018). Examining antecedents and consequences of tourist satisfaction: A structural modeling approach. *Tsinghua Science and Technology*, 14(3), 9.
- World Health Organization. (2020). *Covid-19 Situation Report*. W. H. Organization.
- [Record #57 is using a reference type undefined in this output style.]
- Ya-Ping Chang, A., & Hung, K.-P. (2021). Development and validation of a tourist experience scale for cultural and creative industries parks. *Journal of Destination Marketing & Management*, 20, 100560. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2021.100560>
- Zielinski, S., & Botero, C. M. (2020). Beach Tourism in Times of COVID-19 Pandemic: Critical Issues, Knowledge Gaps and Research Opportunities. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17, 7288. <https://doi.org/10.3390/ijerph17197288>
-

Capítulo IV. Innovación tecnológica y turismo: evaluación de aplicaciones móviles en Puebla, México



INNOVACIÓN TECNOLÓGICA Y TURISMO: EVALUACIÓN DE APLICACIONES MÓVILES EN PUEBLA, MÉXICO

Technological Innovation and Tourism: Evaluation of Applications in Puebla, Mexico

María del Pilar Quiroz Carcaño

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla

<https://orcid.org/0009-0000-2961-4362>

maria.quiroz@correo.buap.mx

Teresa Guadalupe Jiménez Martínez

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Complejo Regional Sur

<https://orcid.org/0009-0007-7031-4733>

teresa.jimenez@correo.buap.mx

Christian Galicia García

Universidad Tecnológica de Tehuacán

<https://orcid.org/0000-0001-7796-4295>

christian.galicia@uttehuacan.edu.mx

Como citar: Quiroz Carcaño, M. d. P., Jiménez Martínez, T., & Galicia García, C. (2024). Innovación tecnológica y turismo: evaluación de aplicaciones móviles en Puebla, México. In *Perspectivas multidisciplinares del turismo: Desafíos y oportunidades en Cuba y México* (pp. 54-70). Ciencia Digital. <http://libros.cienciadigital.org/index.php/CienciaDigitalEditorial/catalog/book/>

Resumen

Con el desarrollo vertiginoso de las tecnologías de la Informática y las Comunicaciones, las aplicaciones móviles constituyen una de las disrupciones que en el ámbito turístico es una herramienta primordial para la promoción y gestión de destinos turísticos a nivel mundial. El presente estudio tuvo como objetivo realizar un análisis descriptivo aplicado a turistas sobre las aplicaciones turísticas que promocionan el destino de Puebla, México. Se llevó a cabo una encuesta a 285 turistas para evaluar la percepción y valoración de estas aplicaciones. Los resultados obtenidos revelaron que la aplicación más utilizada por los turistas fue “Puebla Eats”, seguida por “Puebla Tour” y “Puebla Turismo”. La interfaz de usuario de las aplicaciones recibió una valoración positiva por parte de los encuestados. La mayoría de los turistas consideraron que las aplicaciones les proporcionaron información útil sobre los destinos turísticos en Puebla, y destacaron las funcionalidades como los mapas interactivos, la información sobre eventos locales y las recomendaciones de restaurantes como las más útiles durante su visita. Además, se observó que la mayoría de los turistas encuestados sintieron que las aplicaciones cumplieron sus expectativas como herramientas para planificar su viaje a Puebla, con un alto grado de satisfacción general. En conclusión, las aplicaciones turísticas desempeñan un

papel importante en la experiencia de los turistas que visitan Puebla, al proporcionarles información útil y facilitar la planificación de sus actividades turísticas en la región.

Palabras Clave: APPs, Marketing, TICs, destino turístico, experiencia turística, innovación,

Abstract

With the rapid development of Information Technology and Communications technologies, mobile applications constitute one of the disruptions that in the tourism field is a primary tool for the promotion and management of tourist destinations worldwide. The objective of this study was to carry out a descriptive analysis applied to tourists on the tourist applications that promote the destination of Puebla, Mexico. A survey of 285 tourists was carried out to evaluate the perception and evaluation of these applications. The results obtained revealed that the application most used by tourists was “Puebla Eats”, followed by “Puebla Tour” and “Puebla Turismo”. The user interface of the applications received a positive rating from respondents. Most tourists considered that the applications provided them with useful information about tourist destinations in Puebla, and highlighted features such as interactive maps, information about local events, and restaurant recommendations as the most useful during their visit. In addition, it was observed that the majority of tourists surveyed felt that the applications met their expectations as tools to plan their trip to Puebla, with a high degree of general satisfaction. In conclusion, tourism applications play an important role in the experience of tourists visiting Puebla, by providing them with useful information and facilitating the planning of their tourist activities in the region.

Keywords: APPPs, Marketing, ICTs, tourist destination, tourist experience, innovation

Introducción

En la era digital actual, las distintas organizaciones turísticas recurren a las TIC, en particular Internet, como medio para promocionar sus productos y servicios turísticos (Pérez Labrada et al., 2022). En tal sentido, el uso de aplicaciones móviles en el ámbito turístico ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años, convirtiéndose en una herramienta fundamental para la promoción y gestión de destinos turísticos en todo el mundo. En su investigación, Morales Bravo et al. (2022) resaltan la relevancia de las aplicaciones móviles y su diversidad de funciones como herramientas con el potencial de influir en el comportamiento de los turistas. Además de constituir en la actualidad un dinamizador del desarrollo económico a nivel mundial, (Santos-Assán et al., 2021).

La literatura existente ha subrayado la importancia de las aplicaciones móviles, según Urvina Alejandro et al. (2022), las aplicaciones móviles desempeñan un papel crucial en la promoción turística al proporcionar información detallada sobre los lugares de interés, eventos locales, servicios turísticos y actividades disponibles en la región. En la actualidad, las aplicaciones móviles se han convertido en las herramientas indispensables que abarcan las tres fases del turismo: la planificación previa al viaje, la experiencia durante el mismo y la interacción posterior al regreso, (Navarrete-Torres et al., 2020).

Sin lugar a duda, una de las herramientas que ha tenido un gran impacto son los teléfonos inteligentes, también conocidos como smartphones. Estos dispositivos han generado cambios significativos en la forma en que las personas viajan, dando lugar a un modelo integral de viajes inteligentes. A través de los smartphones, es posible reservar y administrar vuelos, comprar productos y servicios turísticos en línea, obtener información sobre destinos, planificar y compartir experiencias antes, durante y después del viaje. Estos avances tecnológicos han revolucionado la industria del turismo, brindando a los viajeros herramientas que facilitan y enriquecen su experiencia de viaje, (Navarrete-Torres et al., 2020)

Las Apps son fundamentales para los viajeros, ya que les permiten buscar información, reservar servicios, acceder a guías turísticas, compartir experiencias y mantenerse en contacto con destinos y proveedores de servicios turísticos. Gracias a su versatilidad y accesibilidad, las aplicaciones móviles se han posicionado como los aliados ideales para potenciar la experiencia del viajero y brindarle herramientas útiles en cada etapa de su travesía. Además, su constante evolución y adaptación a las necesidades del mercado las convierten en una herramienta fundamental para la industria turística en la era digital.

Las aplicaciones o Apps de turismo juegan un papel relevante en el auge del uso de teléfonos inteligentes en este sector, dada su alta penetración en el mercado. A partir del criterio de autores Martín-Sánchez et al. (2012), Saura et al. (2017), Morales Bravo et al. (2022) y Urvina Alejandro et al. (2022) se considera que las Apps en el turismo generan ventajas. En tal sentido se considera que:

- Son una herramienta de gestión que permite al usuario realizar tareas como búsqueda, información, localización, entre otras.
- Generan un valor añadido al satisfacer de manera rápida y personalizada las necesidades de los consumidores, además de servir como soporte para empresas y destinos en términos de comunicación, publicidad, impacto, relaciones, intercambio y comercialización.
- El desarrollo de tecnologías cada vez más innovadoras ha permitido incrementar los hábitos cotidianos de los turistas durante sus viajes.
- La personalización es otra característica importante, ya que permite a los turistas adaptar la información proporcionada y acceder a lo que consideren más adecuado en el destino en el que se encuentran.

- Las aplicaciones móviles representan una fuente significativa de generación de ingresos a través de tiendas de aplicaciones y publicidad integrada en la aplicación.
- Facilitan la navegación en destinos desconocidos a través de mapas interactivos y funciones de geolocalización.
- Ofrecen la posibilidad de acceder a descuentos y ofertas exclusivas para usuarios de la aplicación.
- Permiten la comunicación directa con servicios de asistencia al cliente en caso de emergencias o consultas durante el viaje.

La revisión de la literatura muestra el interés tomado por investigadores por indagar en el empleo de las Apps en el turismo. Navarrete-Torres et al. (2020) realizan un análisis documental sobre el empleo de las Apps como herramienta para la promoción por parte de empresas turísticas. Los principales hallazgos revelan el marcado interés de las empresas por el empleo de las aplicaciones principalmente las redes sociales y el m-turismo.

En tal sentido, Zurita Polo et al. (2019) en su estudio hace un análisis de las principales aplicaciones móviles empleadas para promover la gastronomía chimboracense y los establecimientos turísticos de alimentos y bebidas del destino. Los principales hallazgos revelan el empleo de aplicaciones de terceros como Facebook e Instagram para la promoción de sus productos y servicios.

En el estudio de Castro Ricalde et al. (2018) aplicado a una muestra de estudiantes universitarios de la carrera de turismo, muestra resultados similares a los estudios de Zurita Polo et al. (2019), al encontrar preferencia por el empleo de las redes sociales para la planificación y realización de viajes. De igual forma, encuentra que existe desconocimiento por parte de estos estudiantes de aplicaciones móviles específicas para el turismo.

Por su parte, Rodrigues Soares et al. (2017) realiza un estudio de las apps de Seggitur desde el punto de vista de la accesibilidad. La investigación revela la existencia de una sola aplicación móvil dirigida a este importante segmento de mercado entre más de doscientas Apps. En este sentido, señalan la necesidad de la inclusión de herramientas e información para las personas con necesidades especiales.

Por otra parte, se destaca la importancia de la personalización y la interactividad en las aplicaciones turísticas para ofrecer experiencias únicas a los usuarios (Morales Bravo et al., 2022). Asimismo, estudios previos han señalado la relevancia de la usabilidad y el diseño de las aplicaciones en la satisfacción del usuario y en la efectividad de la promoción turística (Preciado Ortiz et al., 2019; Sotres-Castrajón et al., 2019).

El diseño y la usabilidad de las aplicaciones también desempeñan un papel crucial en la satisfacción del usuario y en la efectividad de la promoción turística. Estudios previos han demostrado que un diseño atractivo, una navegación intuitiva y una presentación clara de la información son factores determinantes

en la preferencia y el uso continuo de las aplicaciones turísticas (Morales Bravo et al., 2022).

En el contexto mexicano existe interés por promocionar a México como un destino turístico a través del empleo de las tecnologías de la informática y las comunicaciones. Por ejemplo, el estudio de Olvera Mejía et al. (2018) centra su atención en la propuesta de una aplicación móvil con el empleo de la realidad virtual para promocionar los atractivos turísticos de Tepeapulco del estado de Hidalgo. El uso de la Apps genera un impacto positivo en los turistas que pudieron interactuar con esta.

Preciado Ortiz et al. (2019) realiza un estudio sobre los factores que influyen en la intención de uso de las aplicaciones para solicitar el servicio de taxi privado. Los resultados revelan la existencia de variables predictoras como la calidad del diseño del interfaz, la influencia social y el riesgo percibido con un marcado impacto en la muestra estudiada.

En el marco particular de Puebla, México, un lugar de interés turístico con una valiosa tradición cultural y culinaria, la utilización de apps móviles para fomentar el turismo se ha convertido en algo fundamental para atraer a los visitantes y mejorar su vivencia durante su visita. En este sentido, Puebla no es una excepción, ya que diversas aplicaciones han surgido con el objetivo de resaltar la belleza y diversidad del destino. Sin embargo, no se han encontrado estudios que aborden esta temática.

Se coincide con Martín-Sánchez et al. (2012) en que la literatura es escasa en cuanto al estudio de la relación entre tecnología móvil y turismo. En este contexto, el presente estudio tiene como objetivo realizar un análisis exhaustivo de las aplicaciones móviles existentes que promocionan el destino turístico de Puebla. Se pretende evaluar no solo las características, funcionalidades, diseño, contenido y facilidad de uso de estas aplicaciones, sino también explorar su impacto en la promoción del turismo local y en la satisfacción de los visitantes. A través de este análisis crítico, se busca identificar las áreas de mejora y proponer recomendaciones para optimizar la experiencia del usuario y potenciar la promoción turística de Puebla en el entorno digital actual.

Metodología

La investigación se realizó a partir de la búsqueda en las tiendas de aplicaciones móviles, como Google Play Store y Apple App Store, así como en sitios web especializados en turismo de Puebla, para identificar las aplicaciones existentes que promocionan el destino turístico.

En el marco de la investigación se ha tomado en consideración una muestra representativa conformada por los 211 municipios seleccionados de manera aleatoria que componen dicha región. Esta selección se ha realizado con el objetivo de garantizar la representatividad y diversidad de la población total (217

municipios), permitiendo así una exploración exhaustiva de las aplicaciones disponibles relacionadas con el turismo en Puebla.

La inclusión de los 211 municipios en la muestra busca asegurar la validez y fiabilidad de los resultados obtenidos durante la búsqueda de aplicaciones turísticas. Esta estrategia metodológica se fundamentó en la importancia de reflejar de manera precisa la diversidad y riqueza turística que caracteriza a Puebla. Se identificaron un total de 13 aplicaciones disponibles que promueven y facilitan la experiencia turística en el estado, brindando así información relevante para futuras investigaciones y el desarrollo de estrategias en el ámbito del turismo digital.

Posteriormente, se entrevistaron a 285 turistas con el fin de llevar a cabo un análisis detallado de las características principales de cada aplicación, centrándose en la información proporcionada sobre los puntos turísticos de Puebla, la presencia de mapas interactivos, fotografías, videos y otros elementos relevantes.

Se evaluaron las funcionalidades ofrecidas por cada aplicación, incluyendo la capacidad de planificar itinerarios, acceder a información en tiempo real, realizar reservas de servicios turísticos, recibir notificaciones y otras opciones disponibles para los usuarios. De igual forma, se revisó la calidad y relevancia del contenido proporcionado por cada aplicación, abarcando aspectos como la descripción de lugares turísticos, información histórica y cultural, recomendaciones de actividades y servicios, eventos locales, entre otros.

Para el análisis de los datos recopilados se utilizó un enfoque descriptivo durante el estudio, incluyendo tablas cruzadas, análisis cualitativo y cuantitativo de los resultados obtenidos.

Resultados

A través de la búsqueda en internet de las aplicaciones móviles que promocionan, enriquecen la experiencia de turistas y permiten la gestión del turismo en Puebla se recopiló información sobre el año de actualización y el número de descargas de cada una de las aplicaciones identificadas.

En total se identificaron un total de 13 aplicaciones enfocadas en promover el turismo en Puebla (ver tabla 1). Estas aplicaciones abarcan una variedad de servicios y funcionalidades destinadas a facilitar la experiencia de los turistas que visitan la región.

A partir del año de actualización de las aplicaciones móviles, se observó que el rango se encuentra entre 2016 y el 2024. Estos resultados revelan una constante evolución y actualización en la oferta tecnológica para promover el turismo en Puebla. Asimismo, se encontró una amplia variabilidad en el número de descargas de las aplicaciones, con cifras que van desde unas pocas descargas hasta más de 10 millones.

En cuanto al número de descargas destaca la aplicación “Transit • Horarios Bus y Metro” como la más descargada, con más de 10 millones de descargas, seguida por “Puebla Eats” y “Puebla Tour” (figura 3) con alrededor de 1k descargas cada una y “Atlixco Magico” (figura 5) con más de 10 000. Por otro lado, la aplicación “Puebla Es Mi Destino” (figura 2) se posiciona como la más antigua, actualizada por última vez en 2016, mientras que “Campestre Puebla” es la más reciente, con su última actualización en 2024.

En cuanto a las aplicaciones móviles para la promoción de Puebla y sus municipios como destino turístico se identificó un total de tres municipios. Puebla destaca por el número de aplicaciones con 10, Atlixco cuenta con dos (figura 1 y 5) y Tehuacán con una aplicación móvil (figura 6).

Tabla 1. Aplicaciones móviles identificadas para promocionar el destino turístico Puebla

Apps	Año de actualización	de Municipios	Descargas
Campestre Puebla	2024	Puebla	10+
Puebla Eats	2023		1k+
Paseo de Gigantes - Puebla	2023		500+
Transit • Horarios Bus y Metro	2024		10M+
Puebla Es Mi Destino	2016		4+
Puebla Tour	2019		1k+
Museos Puebla	2018		6+
Museo BUAP	2017		3+
Puebla Turismo	2017		7+
Puebla Tourism Guide	2020		4+
Tehuacán Gastronomico	2020	Tehuacán	500+
Vive Atlixco	2021	Atlixco	50+
Atlixco Magico	2018		10000+



Figura 1. Aplicación móvil Vive Atlixco



Figura 2. Aplicación móvil Puebla es mi destino

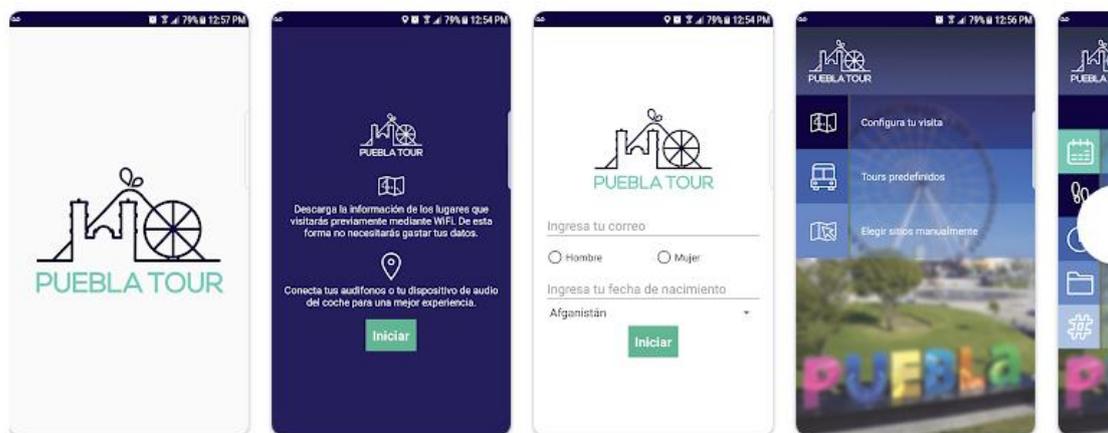


Figura 3. Aplicación móvil Puebla Tour



Figura 4. Aplicación Móvil Puebla tourism guide



Figura 5. Aplicación móvil Atlixco mágico



Figura 6. Aplicación móvil Tehuacán Gastronómico

Los resultados de las entrevistas a 285 turistas sobre las características de las aplicaciones móviles destinadas para la promoción y gestión del destino turístico se muestran a continuación:

Aplicaciones turísticas utilizadas durante la visita a Puebla

En cuanto a las aplicaciones más empleadas por los turistas durante la visita a Puebla (figura 7). De los 285 turistas encuestados, el 25% utilizó la aplicación "Puebla Tour", seguida por el 30% que utilizó "Puebla Eats" y el 15% que utilizó "Puebla Turismo". Las aplicaciones "Atlixco mágico" y "Transit • Horarios Bus y Metro" cada una representan el 10% del total. Mientras que el resto representan menos del cinco por ciento.

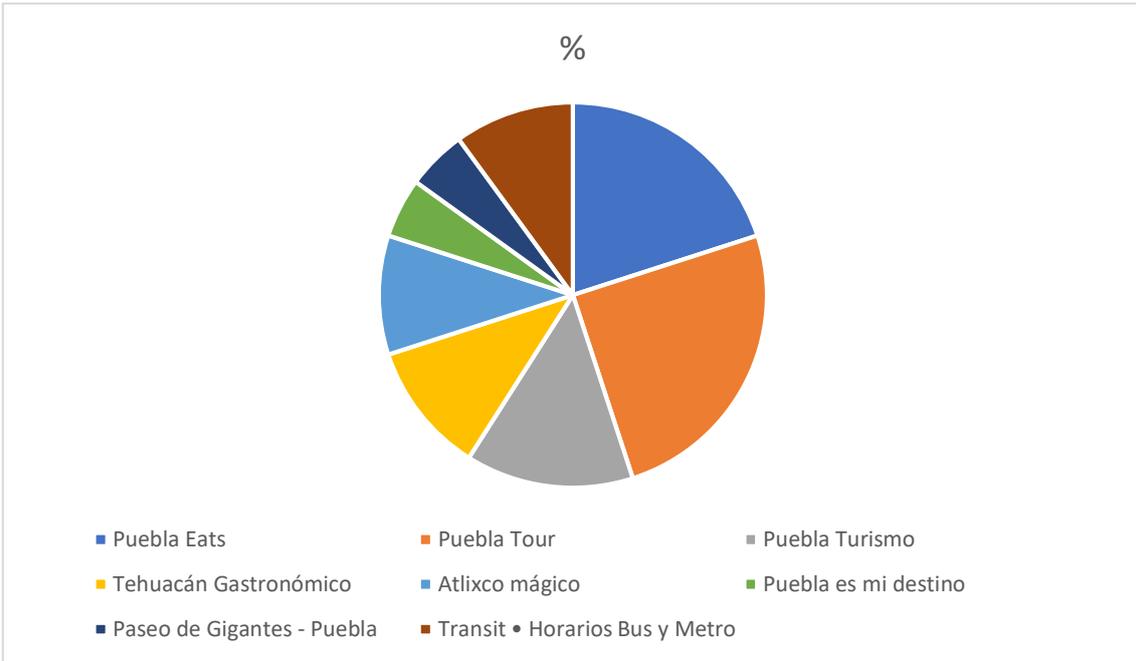


Figura 7. *Aplicaciones móviles más empleadas por turistas que visitan Puebla*

Interfaz de usuario de las aplicaciones empleadas

La figura 8 muestra las percepciones de los turistas respecto a la interfaz de usuario de las aplicaciones empleadas por ellos en su viaje a Puebla. Al respecto el 50% de los turistas refieren que las aplicaciones cuentan con una buena interfaz, al mismo tiempo el 5% la evalúan de muy buena. Por otra parte, el 45% del total evalúan la interfaz de las aplicaciones entre regular y mala.

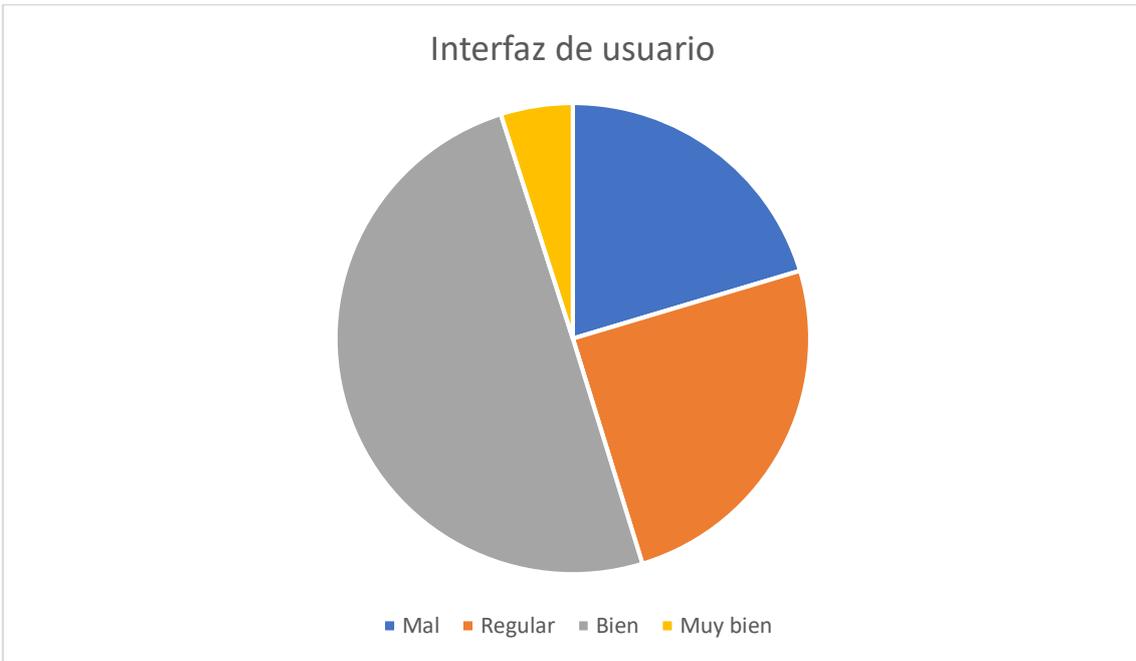


Figura 8. *Interfaz de usuario de las aplicaciones móviles*

Utilidad de la Información sobre los destinos turísticos en Puebla

Respecto a la información que se brinda a través de las Apps y su utilidad para los turistas (figura 9). El 70% de los turistas encuestados consideró que las aplicaciones les proporcionó información útil sobre los distintos atractivos y servicios que se ofrecen en los diferentes destinos turísticos en Puebla. El resto de los entrevistados refieren que no se ofrece información suficiente y útil.



Figura 9. Utilidad de la Información que ofrecen las Apps

Funcionalidades de las aplicaciones para favorecer la experiencia de los turistas

Las funcionalidades más útiles identificadas por los turistas para complementar su experiencia turística (figura 10). Destacan que las aplicaciones dentro de sus principales funcionalidades cuentan con mapas interactivos (190), fotografías (200) y reservas de servicios (120). En menor medida se encuentran el empleo de videos (110), planificación de itinerarios (97), envío de notificaciones en tiempo real (69) e información sobre eventos locales (58).

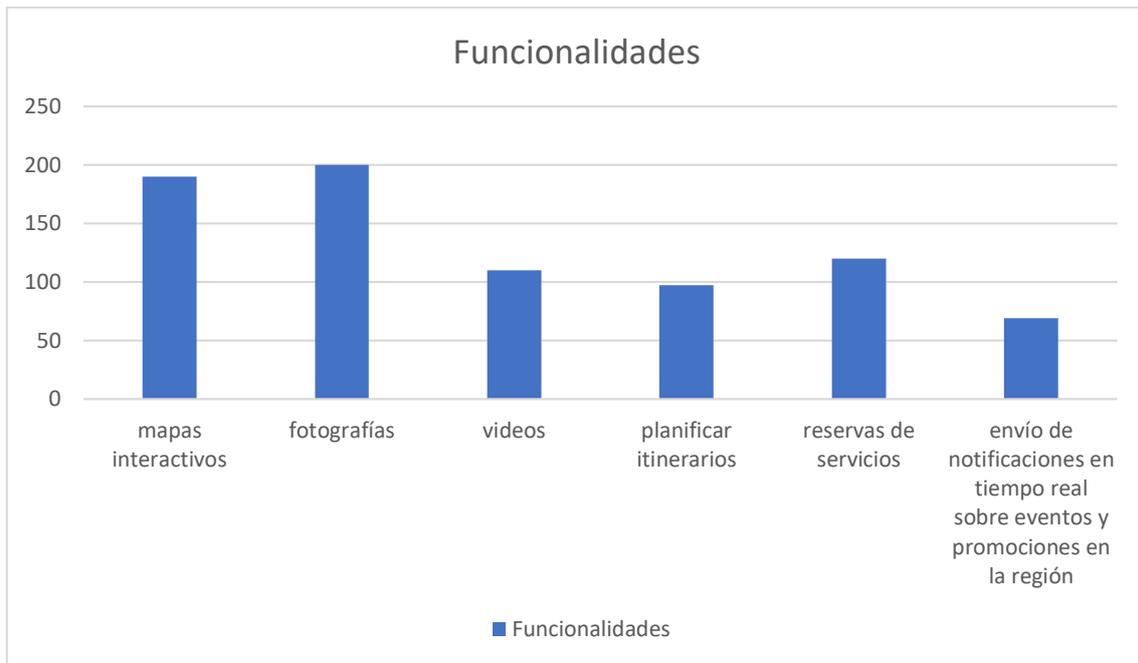


Figura 10. Funcionalidades de las Apps

Diseño y usabilidad de las aplicaciones móviles

La figura 11 muestra la percepción de los turistas en cuanto al diseño y usabilidad de las aplicaciones móviles empleadas del destino turístico Puebla. El 42% revela que las aplicaciones cuentan con un diseño atractivo. El 26% refieren que cuentan con una interfaz intuitiva, el 24% valoran que las aplicaciones cuentan con una navegación clara y sencilla. Mientras que el 9% valora la adaptabilidad a diferentes dispositivos móviles de las aplicaciones empleadas.

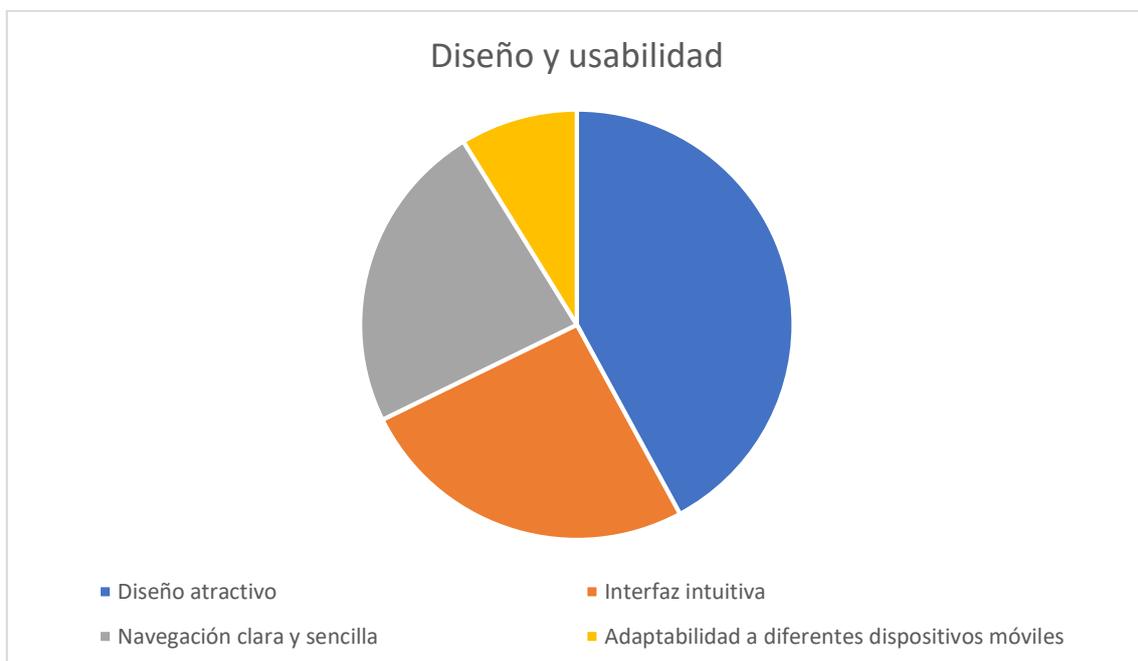


Figura 11. Diseño y usabilidad de las Apps

Contenido proporcionado por las Apps

Respecto al contenido proporcionado a los turistas en las Apps (figura) los turistas refieren que el 90% de las aplicaciones incluye descripciones detalladas de los lugares turísticos, eventos y servicios disponibles en Puebla. El 80% de las aplicaciones ofrece información histórica y cultural relevante sobre la región y el 70% de las aplicaciones presenta recomendaciones personalizadas de actividades y experiencias locales.

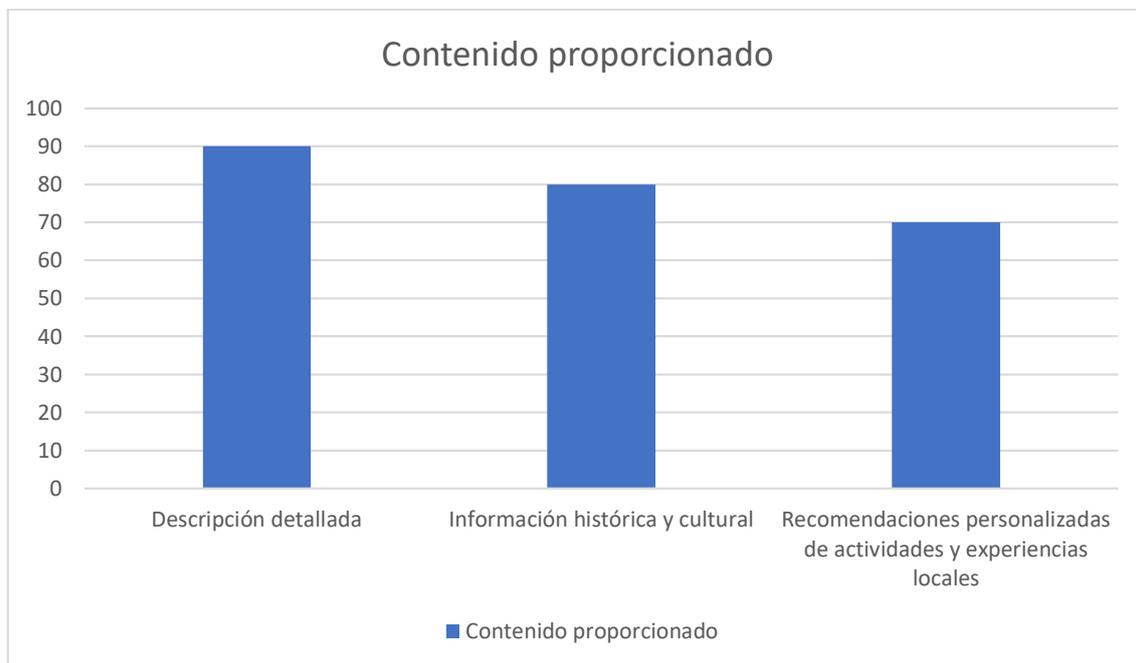


Figura 12. Contenido ofrecido por las Apps

Expectativas sobre las Apps para planificar tu viaje a Puebla

Finalmente, se indagó en las percepciones de los turistas sobre la satisfacción respecto a las facilidades que brindan las apps para planificar su viaje a Puebla. Al respecto en la figura se muestra que el 60% de los turistas entrevistados indicó que las aplicaciones empleadas por ellos cumplen completamente sus expectativas, mientras que el 25% afirmó que cumplió parcialmente sus expectativas. El resto refiere que estas no cumplen con sus expectativas.



Figura 13. Satisfacción de las expectativas de los clientes con el empleo de las Apps

Discusión

Los resultados obtenidos del análisis de las aplicaciones móviles utilizadas para promocionar el destino turístico de Puebla, México, ofrecen información valiosa sobre el estado actual de la promoción turística a través de plataformas digitales. Del total de los 217 municipios con los que cuenta el destino turístico Puebla solo se encontraron 13 Apps relacionadas con el objetivo de la investigación. Distribuidas fundamentalmente en tres de los principales municipios. En este sentido, se coincide con (Morales Bravo et al., 2022), quien considera que en México se considera para la promoción solo sitios emblemáticos, Sin embargo, existen otros espacios geográficos que destacan por sus atractivos que pueden complementar la oferta.

En cuanto a la funcionalidad de las Apps estudiadas se pudo constatar que la mayoría cuenta con la presencia de una amplia variedad de funcionalidades, como la posibilidad de planificar itinerarios personalizados y realizar reservas directamente desde la aplicación, lo cual evidencia un enfoque centrado en mejorar la experiencia del usuario y facilitar la organización de viajes a Puebla. Estos resultados son consistentes a investigaciones precedentes tales como (Sotres-Castrajón et al., 2019)

Por otra parte, el diseño atractivo y la interfaz intuitiva de la mayoría de las aplicaciones son aspectos considerados por la muestra estudiada como positivos que pueden contribuir a una experiencia de usuario satisfactoria. Estos resultados son consistentes a estudios previos de (Preciado Ortiz et al., 2019). Sin embargo, se observa la necesidad de mejorar la adaptabilidad a diferentes dispositivos móviles para garantizar una experiencia consistente para todos los usuarios. En tal sentido los estudios de (Urvina Alejandro et al., 2022) refiere que

con la creación de Apps para distintos dispositivos móviles puede llegar a un mayor número de clientes para que hagan uso de estas.

La inclusión de información detallada sobre los lugares turísticos, eventos locales y servicios disponibles en Puebla demuestra un esfuerzo por ofrecer contenido relevante y útil para los visitantes. La incorporación de recomendaciones personalizadas también puede aumentar la interacción de los usuarios con la aplicación.

A pesar de las fortalezas identificadas, existen áreas de mejora que podrían optimizar aún más el impacto de las aplicaciones en la promoción turística. Por ejemplo, la implementación de funciones de geolocalización en tiempo real o la integración con redes sociales para compartir experiencias podrían enriquecer la experiencia del usuario y la inclusión de la realidad virtual y aumentada, entre otras para dar a conocer los lugares turísticos de una región y se incentiva a los turistas a visitarlos, (Martín-Sánchez et al., 2012; Olvera Mejía et al., 2018; Saura et al., 2017).

Se destaca la importancia de la colaboración entre actores locales y regionales para garantizar la actualización constante de la información proporcionada en las aplicaciones (Rodrigues Soares et al., 2017). La colaboración con entidades turísticas y culturales puede enriquecer el contenido y asegurar su relevancia para los visitantes.

Conclusiones

Las aplicaciones turísticas analizadas reflejan un panorama diverso y dinámico en la promoción del destino turístico de Puebla, México. Este análisis descriptivo proporciona información relevante para comprender el alcance y la evolución de la oferta tecnológica en el sector turístico de la región.

Las aplicaciones "Puebla Tour" y "Puebla Eats" son las preferidas por los turistas que visitan Puebla, seguidas por "Puebla Turismo", "Atlixco mágico" y "Transit • Horarios Bus y Metro". Estos hallazgos resaltan la importancia de enfocar los esfuerzos de desarrollo en aplicaciones que brinden información relevante y atractiva para los visitantes. En cuanto a la interfaz de usuario, se evidencia que, si bien la mitad de los turistas considera que las aplicaciones tienen una buena interfaz, un porcentaje significativo las evalúa como regular o mala, lo que subraya la necesidad de mejorar la experiencia del usuario a través de interfaces más intuitivas y atractivas.

Por otro lado, el estudio revela que el 70% de los turistas encuestados encontró útil la información proporcionada por las aplicaciones sobre los destinos turísticos en Puebla. No obstante, es importante considerar que algunos consideran que la información ofrecida no es suficiente, lo que deja ver la necesidad de ampliar y enriquecer el contenido ofrecido por estas aplicaciones. En cuanto a las funcionalidades más útiles, los turistas identificaron los mapas interactivos, fotografías y reservas de servicios como las más relevantes, lo que

indica la importancia de incluir este tipo de funcionalidades en el desarrollo de futuras aplicaciones turísticas.

Asimismo, el diseño y la usabilidad de las aplicaciones fueron bien valorados en general, aunque se identificó la necesidad de mejorar la adaptabilidad a diferentes dispositivos móviles, lo que puede contribuir a una mayor satisfacción por parte de los usuarios. En términos de contenido, se destaca que las aplicaciones ofrecen descripciones detalladas de lugares turísticos, eventos, servicios, información histórica y cultural relevante, así como recomendaciones personalizadas de actividades y experiencias locales. Las aplicaciones están cumpliendo en gran medida con su objetivo de proporcionar información completa y variada a los visitantes.

Finalmente, se observa que la mayoría de los turistas encuestados encuentran que las aplicaciones utilizadas cumplen completamente sus expectativas al planificar su viaje a Puebla. Sin embargo, un porcentaje menor afirma que solo cumple parcialmente con sus expectativas, lo que indica la necesidad de seguir trabajando en la mejora de estas herramientas tecnológicas para satisfacer las necesidades y expectativas de todos los usuarios. Estos hallazgos proporcionan valiosa información para orientar el desarrollo futuro de aplicaciones turísticas, con el objetivo de brindar una experiencia más satisfactoria a los visitantes de Puebla.

Es importante tener en cuenta que este estudio presenta ciertas limitaciones, como el tamaño muestral y la representatividad de los encuestados, lo que puede impactar en la generalización de los resultados. Asimismo, es relevante considerar que el uso de aplicaciones móviles puede variar según el perfil del turista, por lo que es necesario seguir investigando para comprender mejor las preferencias y necesidades de los diferentes segmentos de visitantes.

Referencias bibliográficas

- Castro Ricalde, D., Peñaloza Suárez, L., & Tamayo Salcedo, A. L. (2018). Tecnologías en línea populares para viajar: ¿cuáles utilizan los jóvenes universitarios para hacer turismo? *Actualidades investigativas en educación*, 18(2), 202-232. <https://doi.org/10.15517/aie.v18i2.33149>
- Martín-Sánchez, M., Miguel-Dávila, J. A., & López-Berzosa, D. (2012, 2012). M-tourism: las apps en el sector turístico. *Turismo y Tecnologías de la Información y las Comunicaciones*,
- Morales Bravo, N. G., Hinojosa Rodríguez, C. J., Palacio Cinco, R. R., & Córdova Cárdenas, G. M. (2022). Diseño de una App móvil para la planificación de destinos turísticos basados en experiencias (Design of a mobile App for planning tourist destinations based on experiences). *Innovaciones de Negocios*, 19(37), 35-55. <https://doi.org/10.29105/revin19.37-384>

-
- Navarrete-Torres, M. d. C., García-Muñoz Aparicio, C., & Sánchez Rosado, O. B. (2020). El uso de las apps como herramienta de promoción en las empresas turísticas. *Vinculatégica EFAN*, 6(1), 553-564. <https://vinculatategica.uanl.mx/index.php/v/article/download/606/476>
- Olvera Mejía, Y. F., Gea Pérez, M. A., & González Silva, M. A. (2018). Realidad virtual para dar a conocer los atractivos turísticos de Tepeapulco Hidalgo. *Revista del Centro de Investigación de la Universidad la Salle*, 13(50), 47-68. <https://doi.org/10.26457/recein.v13i50.1754>
- Pérez Labrada, S., Díaz-Pompa, F., Cruz Aguilera, N., & Balseira Sanamé, Z. (2022). Marketing turístico digital en Latinoamérica: estudio bibliométrico 2010-2019. *Revista Universidad y Sociedad*, 14(2), 521-534.
- Preciado Ortiz, C. L., Hernández-Preciado, M. M., Hernández-Reyes, L. A., & Medina-Aguayo, A. C. (2019). Adopción de APPs móviles para el servicio de taxi en México. *Mercados y Negocios*, 1(39), 105-130. <https://www.redalyc.org/journal/5718/571860887006/571860887006.pdf>
- Rodrigues Soares, J. R., Macedo Castro Gabriel, L. P., & Sánchez Fernández, M. D. (2017). Un análisis de la app turística Tenerife Accesible. *PODIUM Sport, Leisure and Tourism Review*, 6(1), 109-123. <https://doi.org/10.5585/podium.v6i1.193>
- Santos-Assán, A. H., Díaz-Pompa, F., Cruz-Aguilera, N., Balseira-Sanamé, Z., & Serrano-Leyva, B. (2021). Economía digital: análisis de la producción científica encontrada en Sciencedirect entre 2008-2018. *Ingeniería Industrial*, XLII(2). <http://www.rii.cujae.edu.cu>
- Saura, J. R., Palos-Sánchez, P. R., & Reyes-Menéndez, A. (2017). Marketing a través de aplicaciones móviles de turismo (m-tourism): un estudio exploratorio. *International journal of world of tourism*, 4(8), 45-56. <https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/76959/1/Marketing%20a%20trav%C3%A9s%20de%20aplicaciones%20m%C3%B3viles%20de%20turismo.pdf?sequence=1>
- Sotres-Castrajón, P., Abascal-Mena, R., & López-Ornelas, E. (2019). Tourismexico: audio tours para propiciar un turismo seguro en la Ciudad de México. *Revista de Investigación en Tecnologías de la Información: RITI*, 7(14), 137-150. <https://doi.org/10.36825/RITI.07.14.012>
- Urvina Alejandro, M. A., Lastra-Bravo, X. B., & Jaramillo-Moreno, C. (2022). Turismo y aplicaciones móviles. Preferencias de turistas y prestadores de servicios en el cantón Tena, Napo, Ecuador. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 20(1), 83-99. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2022.20.006>
- Zurita Polo, S. M., Monge Moreno, P. E., & Montoya Ramírez, N. M. (2019). Uso de APPs para la difusión de la gastronomía y establecimientos turísticos de alimentos y bebidas en la ciudad de Riobamba-Ecuador. *Ciencia*
-



**Capítulo V. Turismo comunitario
como iniciativa de desarrollo local en
municipios del oriente de Cuba**

TURISMO COMUNITARIO COMO INICIATIVA DE DESARROLLO LOCAL EN MUNICIPIOS DEL ORIENTE DE CUBA

Community tourism as a local development initiative in municipalities of eastern Cuba

Arnoldo Higinio Santos-Assán

Universidad de Holguín

arnoldo.santos.assan@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-4925-842X>

Oscar Estévez-Matos

Hotel Pesquero. Holguín

estevezoscar033@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0003-3385-729X>

Félix Díaz-Pompa

Universidad de Holguín

felixdp1978@gmail.com

<https://orcid.org/0000-0002-2666-1849>

Como citar: Santos-Assán, A. H., Estévez-Matos, O., & Díaz-Pompa, F. (2024). Turismo comunitario como iniciativa de desarrollo local en municipios del oriente de Cuba. In *Perspectivas multidisciplinares del turismo: Desafíos y oportunidades en Cuba y México* (pp. 71-86). Ciencia Digital. <http://libros.cienciadigital.org/index.php/CienciaDigitalEditorial/catalog/book/>

Resumen

El turismo comunitario constituye un mecanismo dinamizador del desarrollo local al tener entre sus objetivos principales la transformación de la calidad de vida de las comunidades. Manuel Tames constituye un municipio del oriente de Cuba con grandes potencialidades para el desarrollo del turismo comunitario, sin embargo, en su mayoría estas no son aprovechadas, manteniendo grandes desproporciones de desarrollo en los aspectos económico, social y ambiental, aspectos que son evaluados en la presente investigación que considera al Materialismo Dialéctico e Histórico como la base filosófica y metodológica general. Por la naturaleza de la propuesta se emplea el enfoque mixto o multimodal de la investigación donde se articulan de forma sistémica métodos de corte cualitativo y cuantitativo, que permiten la complementación y el nivel de profundidad de los datos obtenidos y su procesamiento. El propósito consiste en presentar un proyecto de desarrollo local que favorece el turismo comunitario en Manuel Tames con el aprovechamiento de los atractivos turísticos naturales y culturales, derivándose de ello relaciones como el esbozo de un plan de desarrollo turístico municipal equitativo para el destino teniendo en cuenta los aspectos naturales, culturales e históricos; así como la presentación del proyecto

de desarrollo local “Raíces Patrimoniales” a decisores locales que posibilita un impulso a la gestión del turismo local sostenible mediante el aprovechamiento de los recursos endógenos y la diversificación y mejoramiento de los servicios que contribuye a la revitalización del patrimonio local.

Palabras clave: Turismo comunitario, atractivos turísticos, desarrollo local, proyecto de desarrollo local.

Abstract

Community tourism constitutes a dynamic mechanism for local development by having among its main objectives the transformation of the quality of life of the communities. Manuel Tames constitutes a municipality in eastern Cuba with great potential for the development of community tourism, however, for the most part these are not taken advantage of, maintaining great disproportions of development in the economic, social and environmental aspects, aspects that are evaluated in the This research considers Dialectical and Historical Materialism as the general philosophical and methodological basis. Due to the nature of the proposal, the mixed or multimodal approach to research is used where qualitative and quantitative methods are systematically articulated, allowing the complementation and level of depth of the data obtained and its processing. The purpose is to present a local development project that favors community tourism in Manuel Tames with the use of natural and cultural tourist attractions, resulting in relationships such as the outline of an equitable municipal tourism development plan for the destination taking into account the natural, cultural and historical aspects; as well as the presentation of the local development project “Heritage Roots” to local decision-makers that enables a boost to the management of sustainable local tourism through the use of endogenous resources and the diversification and improvement of services that contributes to the revitalization of local heritage.

Keywords: Community tourism, tourist attractions, local development, local development project.

Introducción

El turismo en Cuba diversifica su producto tradicional de sol y playa, para acoger el turismo local sostenible en sus diversas modalidades: turismo comunitario, rural, de naturaleza, bienestar, de ciudad e histórico cultural, como las más diversas formas, por ejemplo: eventos y congresos, naturaleza, ecoturismo, caza, pesca, salud, cruceros, multidestinos, científicos, incentivos, entre otros.

Turismo comunitario. Mecanismo dinamizador del desarrollo local.

Es el turismo comunitario una de las modalidades del turismo local sostenible más destacadas y con mayor potencial en el proceso de revalorización del potencial endógeno del país, por ello, se hace necesario incentivar y articular las iniciativas municipales con la actividad productiva y los sectores que generan ingresos, en especial con el turismo, de modo tal que se puedan utilizar las potencialidades de cada lugar mediante el uso racional de los recursos materiales, laborales y financieros, lo que impacta directamente en el desarrollo local de las comunidades.

Según la Organización Mundial del Turismo se define el turismo comunitario al igual que las concepciones del turismo rural, como: "Un tipo de actividad turística en el que la experiencia del visitante está relacionada con un amplio espectro de productos vinculados por lo general con las actividades de naturaleza, la agricultura, las formas de vida y las culturas rurales, la pesca con caña y la visita a lugares de interés" (OMT, 2019).

El turismo comunitario es una actividad de carácter económico que, por lo general, está relacionada con una determinada zona territorial, que tiene elementos de carácter ambiental, cultural, patrimonial o paisajístico que son promovidas por la comunidad, en aras de facilitar actividades para el descanso y recreación. En este sentido, el turismo comunitario tiene una práctica diferente, ya que en el uso del territorio y de los recursos son elementos sustanciales por quienes realizan su promoción y por quienes son beneficiarios de este los usuarios, implica prácticas de cuidado ambiental y cultural, es decir, se trata de un turismo más integral y consciente que está encaminado a generar beneficios económicos en nivel de su localidad (Palomino et al., 2016) citado en (Yépez Franco, Cuétara Sánchez, & Chávez Franco, 2021).

En la actualidad este tipo de turismo es catalogado como una modalidad turística que agrupa tres elementos fundamentales, los cuales son: aprovechamiento del entorno natural y cultural, teniendo como prioridad la sostenibilidad del medio ambiente y ámbito social, y finalmente, el llamado negocio turístico, que es desarrollado por la comunidad misma que juega un papel predominante en dicha actividad (Yépez Franco et al., 2021).

Estos elementos permiten identificar al turismo comunitario como una actividad autogestionada por comunidades, que ofrece a los visitantes la oportunidad de disfrutar de una experiencia vivencial, permitiéndoles conocer sus costumbres y formas de vida, aprovechando los recursos del territorio e impulsando la preservación del patrimonio cultural y natural local.

Para Lorenzo Linares y Morales Garrido (2014) dentro de los elementos que condicionan que el turismo actúe como factor de desarrollo local se tiene que el mismo está basado en la calidad ambiental, lo que posibilita la actividad turística son las bellezas naturales, esto implica la necesidad de conservar una buena calidad ambiental para mantenerla; la actividad turística ha de ser concebida en

todo momento como un medio, más que como un fin en sí mismo, que puede coadyuvar junto con otras actividades económicas a la consecución de mayores niveles de desarrollo económico y social de la población local. Los beneficios derivados de la actividad turística, han de redundar sobre la sociedad en general, afectando a diferentes conceptos y agentes sociales estimulando de esta forma a la economía local.

Bravo y Zambrano (2018) proponen un modelo de gestión del turismo comunitario desde la perspectiva del desarrollo local, con base en tres componentes:

1. El componente teórico, se encuentra fundamentado en la concepción del territorio como espacio socio-geográfico, cultural e históricamente construido, mediante la acción del capital social comunitario - la variable fundamental involucrada - capaz de generar institucionalidad, asociatividad y acción colectiva, dando paso a una nueva ruralidad basada en la diversificación productiva.

2. El componente estratégico, constituye en sí los factores clave que delimitan el turismo comunitario desde la perspectiva del desarrollo local. Contiene cuatro líneas de acción, todas relacionadas con el capital social comunitario:

-Auto-organización: conformación de corporaciones, asociaciones, cooperativas, que aseguren la participación consensuada de la comunidad en la gestión turística.

-Redes territoriales: articulación local-global con otros sectores, universidades y territorios, que permitan su incorporación en los procesos actuales de generación del conocimiento e innovación, para ganar sostenibilidad en la actividad turística.

-Modalidad autogestionaria: planificación y gestión del turismo por parte de las organizaciones comunitarias creadas al efecto, como garantía de que la comunidad será la principal beneficiaria de los ingresos económicos generados y de que serán minimizados los impactos socioculturales y ambientales negativos.

-Acuerdos multinivel: con la administración pública local, regional y nacional, con miras a la consecución de recursos para el desarrollo (educación, salud, infraestructura, medio ambiente), que preparen adecuadamente el territorio para la recepción de turistas.

3. El componente operativo se encuentra dirigido a dos objetivos concretos, en los cuales pueden participar, en labor de asesoría a la comunidad organizada, profesionales, universidades y entes públicos o privados:

-Análisis situacional de las potencialidades del territorio para el turismo comunitario en enfoque inter-cultural, que permita determinar las actividades vivenciales valorativas de la identidad cultural y de la preservación del patrimonio territorial.

-Desarrollo de productos turísticos competitivos en diversos ámbitos del sector (cultural, ecoturismo, aventura, deportes, agroturismo), en articulación con el

destino y las demandas de turistas nacionales e internacionales, que conlleven la generación y distribución de la riqueza para el desarrollo local sostenible.

Por tanto se puede considerar al turismo comunitario como un mecanismo dinamizador del desarrollo local, ya que se transforma en elemento significativo para la creación de redes que favorecen la calidad de vida de los habitantes, la protección y el cuidado de los recursos, siendo uno de sus objetivos principales la transformación de la calidad de vida de las comunidades y del espacio local, es decir, el espacio en el que cada persona participe en comunidad y logre actuar en pro del mejoramiento colectivo. Por ende, el turismo puede transformarse en un importante contribuyente para el desarrollo local, pues permite activar las actividades económicas tradicionales y valorizar las particularidades culturales de las comunidades, ofreciendo al mismo tiempo oportunidades de empleo.

Desarrollo local. Potencialidades del municipio Manuel Tames

Cuando se habla de desarrollo local se hace referencia, habitualmente, a procesos de desarrollo que ocurren en espacios subnacionales y en la mayoría de los casos, tales espacios son generalmente los municipios. Por tanto, los municipios constituyen los escenarios locales más representativos desde los cuales se comienza a gestionar el desarrollo local, (Mendoza Carrazana et al., 2020).

La consideración de las diferentes dimensiones del desarrollo local, en la apreciación de Arocena, J. (1995) citado en (Mendoza Carrazana et al., 2020), permite advertir condiciones para una inserción apropiada de la actividad turística y la generación de un proceso benéfico para la sociedad local. En su apreciación se diferencian dimensiones significativas: social, identitaria, económico-productiva, política y sistémica, con frecuencias unidimensionalmente asumidas.

El desarrollo local es un proceso de transformación de la economía y de la sociedad local, orientado a superar las dificultades y retos existentes, que busca mejorar las condiciones de vida de la población, mediante el aprovechamiento de los recursos, fomentando el turismo; donde los recursos sociales, culturales, históricos, institucionales y paisajes, son factores decisivos en el proceso de desarrollo local, (Arroyo Cobeña, 2018).

No deber ser visto solo como desarrollo endógeno, muchas iniciativas de desarrollo local se basan también en el aprovechamiento de oportunidades de dinamismo exógeno. El desarrollo local es un enfoque territorial y de “abajo-arriba”, pero debe buscar también intervenciones de los restantes niveles decisionales del Estado (provincia, región y nivel central) que faciliten el logro de los objetivos de la estrategia de desarrollo local. Se precisa, pues, de una eficiente coordinación de los diferentes niveles territoriales de las administraciones públicas y de un contexto integrado coherente de las diferentes políticas de desarrollo entre esos niveles, (Albuquerque, 2007).

Coraggio (2003) citado en (Torres Cadena, Navarro Jurado, & Guevara Plaza, 2019) distingue cuatro componentes para avanzar en el desarrollo local. El

componente económico da énfasis al trabajo productivo, los ingresos, la satisfacción racional de necesidades legítimas y la suficiencia y calidad de bienes públicos. En segundo lugar, en el campo social, se consideran la integración de condiciones de creciente igualdad, convivencia y justicia social. El componente cultural da prioridad a la pertenencia e identidad histórica, a la integración de las comunidades y a los valores, como la solidaridad. Finalmente, en los aspectos políticos se enfocan a valores de transparencia, legitimidad y responsabilidad de las representaciones, participación directa, responsable e informada de la ciudadanía en las grandes decisiones colectivas y en la gestión pública.

Junto a los componentes, es preciso señalar las condiciones generales para un proceso de éxito de desarrollo local que se inicia en los individuos pero que se traslada al grupo y a la sociedad. En primera instancia, se precisa la presencia de un conglomerado humano lo suficientemente dinámico que permita el surgimiento de diversas iniciativas. En ellos influye la aseveración de un tipo de vida y de una identidad social. Es clave la figura de los centros sociales donde se hace efectivo, por un lado, un trabajo de armonización y de cohesión entre las iniciativas y gestiones locales y, por otro lado, un trabajo similar de articulación del nivel local con otros niveles económicos y administrativos, (Torres Cadena et al., 2019).

Importante resulta destacar que la gestión del desarrollo local de la provincia Guantánamo se respalda por una Estrategia de Desarrollo donde se recogen las prioridades y ejes estratégicos en los que se trabaja hasta el año 2030, en los que destacan los programas de desarrollo integral de los municipios y los encadenamientos de valor con la introducción de los proyectos de investigación y transferencia tecnológica. Como parte de dicha estrategia se desarrollan un conjunto de iniciativas y proyectos con el objetivo de transformar la matriz productiva del territorio.

La provincia encamina un prometedor programa prospectivo para impulsar el desarrollo local con el asesoramiento de su Universidad homónima, actualmente en etapa inicial, identificando cuatro zonas con potencialidades para liderar el progreso en la región y se trazó igual número de macro-proyectos que las transversalizan: de desarrollo hidráulico, del turismo, de los encadenamientos productivos y de impulso de capacidades para incrementar renglones y polos exportables, (Granma, 2020).

Según Mendoza Carrazana, López Sesmonde, and Lloiret Feijóo (2020), los municipios presentan características diversas en lo económico, geográfico y cultural, a pesar de lo cual es posible adaptar el turismo al potencial específico de cada territorio. Por su versatilidad, el turismo representa una alternativa factible de incorporar a un buen número de economías locales. En ese sentido, los productos turísticos, constituidos tanto por los bienes elaborados en el territorio como por los servicios que en él se prestan, resultan elementos que complementan tales economías.

Los factores que convierten al turismo en una actividad productiva del municipio son la presencia de su correspondiente oferta, que es lo que se refiere a la

existencia de un patrimonio susceptible de convertirse en producto turístico, o sea, que pueda ser conocido y utilizado por personas interesadas en apreciarlo y disfrutarlo, y la existencia de una demanda turística, referido a la posibilidad de que los visitantes puedan acudir efectivamente a la zona turística, de que se interesen por ella y encuentren atractivo y conveniente viajar hasta el lugar.

En el caso del municipio Manuel Tames, perteneciente a la provincia de Guantánamo, se identifican varios recursos naturales y culturales, entre ellos, la presencia de ruinas de los cafetales franceses y la tumba francesa, declarados Patrimonios de la Humanidad por la Asamblea General de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), que pueden incidir en el desarrollo del turismo como alternativa económica en el municipio, posibilitando una fuente de ingreso complementaria a las actividades diarias de los pobladores.

El surgimiento de prácticas comunitarias relacionadas al turismo en este municipio, se observa la poca explotación de los recursos naturales y culturales como estrategia de desarrollo local, poca planificación para el desarrollo del turismo en cualquiera de sus expresiones, al considerar como factores que limitan el mismo la falta de organización comunitaria en la mayoría de sus territorios rurales, la poca infraestructura turística y la ausencia de proyectos que impacten en el desarrollo turístico de las comunidades, pues en la Cartera de Proyectos de Desarrollo Local del municipio se encuentran pocos proyectos en ejecución vinculados al turismo, desaprovechando las potencialidades existentes.

Datos recopilados por ONEI (2021) arrojan que hasta el año 2019 la población económicamente activa en el municipio Manuel Tames era de 16250 habitantes, de los cuales los hombres representaban el 52,2 % por un 47,8% las mujeres; respecto a la tasa de desocupación, el 2% de la población masculina económicamente activa se encontraba desocupada, mientras que el 2,6% de las féminas estaba en igual situación, asimismo, se aprecia que del total de ocupados que se desempeñan en el sector privado las mujeres son mayoría con el 68,8%, e igualmente destacan con el mayor nivel educacional de los ocupados, pues el 84,5% presenta nivel medio superior o superior, por el 63,4% de los hombres en los mismos niveles, sin embargo, solo el 42% de las mujeres tenía una categoría ocupacional de directivo, mostrando claras desigualdades.

Los resultados presentados González Stable, Arias Gilart, and Baños Guerra (2020) en el artículo Determinación de las desproporciones intraprovinciales que inciden en el desarrollo local de Guantánamo, demuestran los bajos índices de desarrollo territorial del municipio Manuel Tames en las dimensiones económica, social y ambiental, encontrándose entre los municipios de peores saldos migratorios y el de mayor desproporción sobre la recaudación tributaria per cápita; además, se destaca la existencia de solo dos proyectos de desarrollo local en el municipio, uno de los cuales tributa al desarrollo turístico, siendo el caso de la reanimación del Zoológico de Piedra, desaprovechando otras potencialidades existentes para el desarrollo local con base en el turismo.

En Manuel Tames se puede adoptar como línea estratégica el desarrollo del turismo local sostenible y como uno de los programas el turismo comunitario, teniendo como finalidad el uso del territorio y sus recursos de diferente forma, permitiendo dar a conocer su cultura y tradiciones, y empleando una práctica de conservación ambiental, pues es un turismo con posturas más conscientes en el cuidado de los recursos naturales, que genera beneficios económicos, mejorando las condiciones sociales para las comunidades y recuperando la memoria histórica de los pueblos, dando cumplimiento a la línea estratégica “Dinamización sociocultural, desarrollo humano, justicia y equidad” plasmada en la Estrategia de Desarrollo Municipal, para la cual se trazan políticas como impulsar un amplio movimiento de promoción, creación y desarrollo de proyectos socioculturales comunitarios, aprovechando las diferentes potencialidades con que cuenta el municipio.

En tal sentido, es que la investigación plantea como problemática a solucionar la insuficiente gestión del turismo comunitario limita el desarrollo local en comunidades anfitrionas del municipio Manuel Tames. Para darle respuesta a este problema, se definen diferentes tareas de investigación.

Por tanto, el objetivo de la investigación consiste en proponer un proyecto de desarrollo local que favorezca el turismo comunitario en Manuel Tames con el aprovechamiento de los atractivos turísticos naturales y culturales. El marco espacial se ubica en el municipio Manuel Tames, de la provincia de Guantánamo, el cual limita al norte con la provincia Holguín, al sur con los municipios Caimanera y San Antonio del Sur, al este los municipios Guantánamo y El Salvador y al oeste con los municipios Yateras y San Antonio del Sur. De esta manera se fortalece la infraestructura territorial y se establecen vínculos con actores locales para el autorreconocimiento de sus potencialidades.

Metodología

La investigación se realiza considerando al Materialismo Dialéctico e Histórico como la base filosófica y metodológica general. Por la naturaleza de la propuesta se emplea el enfoque mixto o multimodal de la investigación (Hernández-Sampieri y Mendoza-Torres, 2018) donde se articularán de forma sistémica métodos de corte cualitativo y cuantitativo, que permitirán la complementación y el nivel de profundidad de los datos obtenidos y su procesamiento.

En esta investigación mixta concurrente se analizan las potencialidades del municipio Manuel Tames y los beneficios que tiene el desarrollo del turismo comunitario para la población local. Para la rama cualitativa se busca entender la relación de turismo comunitario y desarrollo local, mediante observación no participante y datos recogidos en sitios digitales y fuentes documentales. Para la vertiente cuantitativa se pretende determinar la influencia de ciertas variables como las proporciones de hombres y mujeres activos en la economía y en cargos de directivos, así como los efectos sobre el medio ambiente del proyecto que se propone, y el impacto pos pandemia de COVID-19 en el desarrollo de las

actividades turísticas, a través de la recolección de información de fuentes primarias como artículos de publicaciones periódicas, tesis, documentos oficiales, y otras.

Para la realización de la investigación se utilizan métodos teóricos y empíricos en la recopilación y obtención de datos que permitieron hacer una valoración de los recursos culturales y naturales en Manuel Tames para el desarrollo de un proyecto de turismo comunitario. Dentro de los métodos teóricos, se emplearon el análisis-síntesis en la descomposición y estudio de la información obtenida de la revisión literaria y documentación especializada para analizar los diferentes factores que influyen en la gestión del desarrollo del municipio Manuel Tames. El método inductivo-deductivo permitió el estudio del turismo comunitario como estrategia de desarrollo local y la confección del proyecto, y el sistémico-estructural para la elaboración del proyecto de desarrollo local que permitiera fomentar el desarrollo del turismo en el municipio Manuel Tames y la mejora de las condiciones de vida de la población.

Entre los métodos empíricos, se emplearon el análisis documental para valorar la bibliografía relacionada con el turismo comunitario, el desarrollo local, y las relaciones entre ellos, y la observación científica para identificar los recursos del municipio que pueden constituir productos turísticos para la elaboración del proyecto de turismo comunitario como percepción directa de los autores de la investigación.

Se emplean, además, la técnica de tormenta de ideas en la propuesta de actividades a realizar para dar cumplimiento a la ejecución del proyecto, y el árbol de problemas, en la identificación de las causas y efectos del problema identificado en la investigación.

Resultados

Las oportunidades para el desarrollo de la localidad dependen del aprovechamiento de cada fortaleza y las amenazas convertirlas en oportunidades e ir, además, definiendo con claridad las limitaciones que atentan con la implementación de la actividad turística.

En el municipio Manuel Tames se identifican como principales fortalezas para la actividad turística sus características naturales que favorecen la realización del turismo, la presencia de valores patrimoniales únicos como las ruinas de las plantaciones de café, representaciones de la tumba francesa y el zoológico de piedras y la comunidad con alto grado de compromiso para asumir los servicios de gastronomía y alojamiento desde el sector no estatal, y como oportunidades la poca oferta turística en la provincia Guantánamo, la existencia de un patrimonio susceptible de convertirse en producto turístico, la presencia de fincas que pueden desarrollar actividades vinculadas al agroturismo y la cercanía al municipio Guantánamo y vías de acceso en buen estado, lo que permite el acceso fácil de los visitantes.

Por ello, se propone el Proyecto de desarrollo local para favorecer el turismo comunitario "Raíces Patrimoniales", enfocado en el tipo de experiencia de turismo vivencial y en el creciente número de visitantes que valoran realizar un turismo responsable más integrado con el entorno del destino turístico. Es un proyecto híbrido que por su naturaleza se puede considerar como económico-productivo y sociocultural, al impulsar la gestión del turismo local sostenible mediante el aprovechamiento de los recursos endógenos y la diversificación y mejoramiento de los servicios y la revitalización del patrimonio local.

La metodología utilizada para el diseño del proyecto de desarrollo local que favorece el turismo comunitario "Raíces Patrimoniales" fue la que plantea la Resolución 29 del 2021 que implementa el Decreto 33 de 2021. Gestión estratégica para el desarrollo territorial, en el modelo 1: diseño del resumen ejecutivo de las propuestas de proyectos de desarrollo local para presentarse a la aprobación del Consejo de Administración Municipal (CAM) y el Gobernador. Las partes contentivas que lo integran son:

- I. Datos del Proyecto de Desarrollo Local;
- II. Introducción;
- III. Objetivo general;
- IV. Objetivos específicos;
- V. Resultados del proyecto;
- VI. Actividades del proyecto;
- VII. Supuestos del proyecto;
- VIII. Consideraciones y/o comentarios de interés. En este apartado incluimos el monto y fuente de recursos financieros (en el artículo 19,2, inciso f del decreto 33 de 2021 se plantea) Presupuesto y ficha técnica en CUP y USD, desglosados por años de ejecución y en rubros, detallando en cada caso los recursos necesarios para desarrollar las actividades previstas.
- IX. Factibilidad (Económica, Social, Ambiental) de los Proyectos (según tipo de proyecto) (Resolución No 29 de 2021)

Con este proyecto se impulsará el turismo comunitario como iniciativa de desarrollo local, haciendo uso de los recursos naturales y culturales con los que cuenta el municipio que se pueden convertir en productos turísticos de gran atractivo para visitantes nacionales e internacionales, a su vez, se lograrán fortalecer los valores patrimoniales, incorporando en la población la apreciación, cuidado y valorización de los atributos culturales, naturales e históricos de su comunidad que en ocasiones no son apreciados, el proyecto brinda la posibilidad de incorporar nuevos actores económicos en el municipio y el desarrollo de emprendimientos locales, así como diversificar las ofertas del municipio y complementar la oferta turística de la provincia.

Importante resulta destacar el inventario de atractivos turísticos que se realizó en el municipio. Los atractivos turísticos connotan a las comunidades y constituyen potencialidades para la realización de proyectos de desarrollo local. La tabla número 1 pauta los atractivos turísticos del territorio.

Tabla 1. *Inventario de atractivos turísticos del municipio Manuel Tames*

Atractivo turístico	Tipo de atractivo	Ubicación	Grado de conservación
Zoológico de Piedras	Instalación cultural	Alto de Boquerón	Bueno
Finca La Juanica	Hacienda	Honduras	Bueno
Plantaciones de los cafetales franceses	Sitio arqueológico		Malo
Fortines	Sitio histórico	Argeo	Medio
Cavernas del Guaso	Natural. Sitio arqueológico (Cueva)	Martínez	Medio
Ruinas del Ingenio San Miguel	Natural. Sitio arqueológico	Argeo	Malo
Iglesia Católica Nuestra Señora de las Mercedes	Arquitectura y espacios urbanos (iglesia)	Martínez	Bueno
Iglesia Católica Nuestra Señora de Lourdes	Arquitectura y espacios urbanos (iglesia)	Jamaica	Bueno
Iglesia Católica de la Virgen de la Esperanza	Arquitectura y espacios urbanos (iglesia)	Manuel Tames	Bueno
Iglesia Metodista Tabernáculo de Encuentro	Arquitectura y espacios urbanos (iglesia)	Argeo	Bueno
Ruinas del Cuartel de Jamaica	Sitio histórico	Martínez	Bueno
Casa de Cultura Municipal	Instalación cultural	Jamaica	Bueno
Parque Flor Crombet	Natural. Arquitectura y espacios urbanos (parque)	Jamaica	Bueno
Tradiciones aborígenes	Cultural	Jamaica	Bueno
		Caridad de los Indios	Medio

El desarrollo del turismo comunitario en el municipio permitirá mejorar las condiciones de vida de los pobladores locales al generar empleo digno en las comunidades con mayor énfasis en las mujeres, se fortalecerá el valor patrimonial local, revalorizando la cultura y las manifestaciones propias de las comunidades como las artesanías, la cocina tradicional y en general, todos los productos locales; del mismo modo se apreciarán los sitios naturales y la riqueza natural y ambiental de las zonas aisladas, empezando a tomar como nueva dimensión el cuidado por la naturaleza.

Puede ofrecer numerosas oportunidades a emprendedores locales como, por ejemplo: producción de recuerdos y artesanías, producción de alimentos, ofrecer alojamiento, operadores de receptivo, guías de turismo, taxis y transporte local, operadores de atracciones y actividades de ocio, pequeños restaurantes, y comercios en general.

Desde el punto de vista económico, generará procesos de producción de servicios que permiten a la ciudadanía una distribución equitativa de los recursos de capital, proporcionando la integración responsable con la comunidad local. Del mismo modo, se vinculan a esta actividad agentes y productores locales que intervienen activamente en la cadena de producción, dando la posibilidad de emprender nuevos negocios con servicios complementarios que favorezcan el desarrollo de las actividades turísticas e insertar a las micro, pequeña y

medianas empresas constituidas en el territorio y en el resto de la provincia en la generación de valor.

La Tabla 2 muestra la cantidad de personas beneficiadas por el proyecto desagregadas por género y rangos de edades.

Tabla 2. Población beneficiada por sexo y edades

Género	0-4 años	5-14	15-19	20-34	35-59	+ 60	Total
Masculinos	1022	2424	1226	4231	6537	3297	18777
Femeninas	870	2186	1177	3922	6588	3229	17972
Total	1892	4610	2443	8153	13125	6526	36749

Para el acercamiento de los visitantes a las comunidades del municipio, se proponen dos excursiones turísticas: “Aborígen Cubano” y la excursión “Historia y Cultura”, la primera destinada a dar a conocer a la última comunidad aborígen en Cuba, localizada en La Ranchería, en el Consejo Popular de la Caridad de los Indios, donde los visitantes podrán conocer sus costumbres, forma de vida y disfrutar de su comida y tradiciones culturales, además de conocer a Panchito, considerado el último cacique de la comunidad. Tendrá una duración de 10 horas, el recorrido es de aproximadamente 42 kilómetros y una capacidad máxima de 15 personas. La segunda excursión toma como destinos a los poblados de Argeo Martínez y Jamaica, teniendo en consideración la concentración de atractivos históricos y culturales que estos poseen, su duración es de 8 horas, el recorrido de 15 kilómetros y la capacidad máxima es de 30 visitantes.

Tabla 3. Programa de actividades de las excursiones

Excursión Historia y Cultura			
No	Horario	Actividades	Observaciones
1	9:30 am	Recogida en los hoteles Salida del Hotel Guantánamo	
	9:40 am	Salida del Hotel Martí	
2	9:40- 10:00 am	Traslado hacia Jamaica	
3	10:00- 10:30 am	Recibimiento con actividad cultural en la Casa de Cultura	1 bebida incluida
4	10:30- 12:00 pm	Recorrido por el Parque, La Iglesia Católica y el Cuartel de Jamaica	
5	12:00- 1:00 pm	Almuerzo en el Restaurante El Jamaicano	
6	1:00- 2:30 pm	Tiempo libre en la ciudad	
7	2:30- 2:45 pm	Traslado hacia Argeo Martínez	
8	2:45- 3:30 pm	Visita a las Cavernas del Guaso	

9	3:30- 4:30 pm	Recorrido por los Fortines, las Ruinas del Ingenio San Miguel y el Central Argeo Martínez
10	4:30- 5:00 pm	Regreso a los hoteles

Excursión Aborigen Cubano

1	9:00 am	Salida de los hoteles Salida del Hotel Guantánamo
	9:10 am	Salida del Hotel Martí
2	9:10- 10:40 am	Traslado hacia la Caridad de los Indios
3	10:40- 11:00 am	Recibimiento en la comunidad
4	11:00- 12:00 pm	Intercambio con el cacique Panchito y otros líderes de la comunidad
5	12:00- 1:00 pm	Almuerzo tradicional 1 bebida incluida
6	1:00- 3:30 pm	Tiempo libre, se podrán conocer las tradiciones locales y disfrutar de la naturaleza
7	3:30- 5:00 pm	Regreso a los hoteles

Es necesario evaluar con profundidad las soluciones que pueden resolver el problema de la participación de la población en esas actividades turísticas, de forma que se encuentren visitantes y residentes del mismo lado y se realice una experiencia vívida de compenetración cultural y de intercambio de sentidos.

Para evitar alteraciones en el modo de vida de las comunidades y el entorno natural se deberán realizar las excursiones en pequeños grupos de visitantes, reduciendo la posible acumulación de desechos. Del mismo modo se promueve una cultura ambientalista enfocada en la conservación de los recursos naturales y la disminución de la contaminación.

En cuanto a las redes territoriales, el municipio debe procurar su inserción en redes donde participen la Universidad de Guantánamo, empresas, diversos sectores y territorios, con los cuales mantenerse conectados, informados y actualizados, para lo cual es vital la creación de una página web y la utilización de las redes sociales que permitan el marketing digital y la interacción directa con los turistas, a los fines de aprovechar todo el potencial que brinda la globalización. Algunos objetivos que pueden alcanzarse mediante estas redes incluyen: convenios con empresas de servicios de transporte, para incrementar el flujo de visitantes desde cualquier localidad; acompañamiento y capacitaciones en servicios complementarios (restauración, guiaje, hospitalidad, actividades culturales), y en el fortalecimiento del capital social comunitario (liderazgo, transparencia, solución de conflictos).

Otro elemento a incorporar sería vincular ofertas para todos los turistas, tanto nacionales como para el turismo internacional, de modo que se cubra una demanda mayor y permita la mayor competitividad de las ofertas, con productos de buena calidad, que incorpore los mejores elementos del patrimonio local, combinando lo rural con lo urbano, de modo que sea un turismo acorde a las potencialidades que brinda el territorio.

Participan tanto los actores que son responsables del proyecto como los grupos beneficiarios desde su inicio, manteniendo intercambios para concientizar a los pobladores sobre la necesidad del mismo y los beneficios del desarrollo del turismo comunitario, para lograr la incorporación de toda la comunidad en el desarrollo y gestión de las actividades.

El siguiente mapa ilustra el recorrido por las comunidades con atractivos turísticos naturales y culturales:

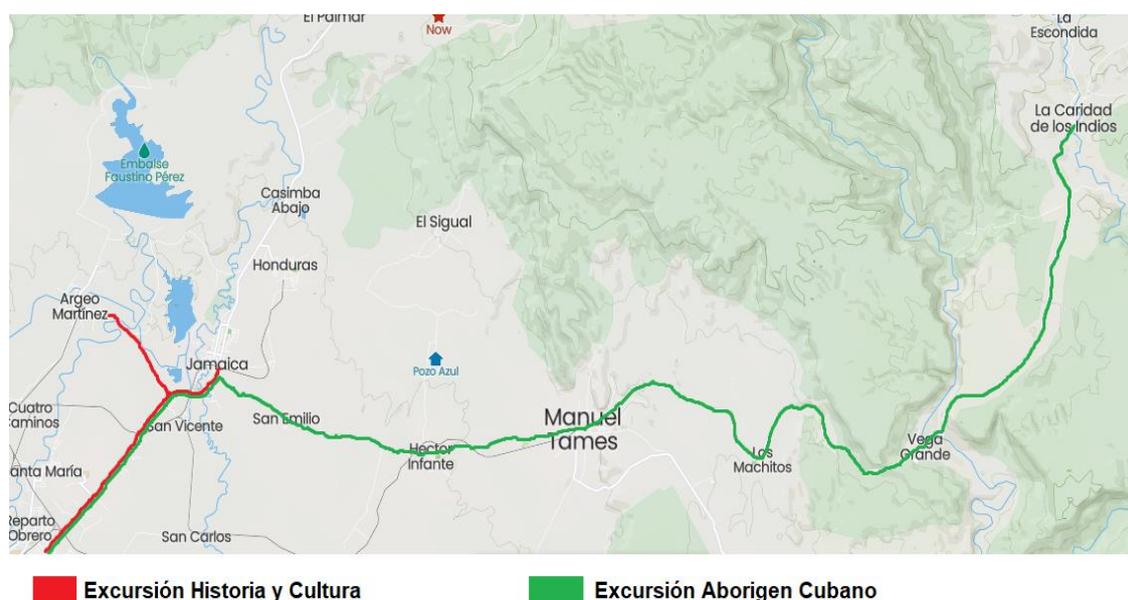


Figura 14. Recorrido de las excursiones propuestas

Fuente: elaboración propia con base en mapa de Google Maps

Además, se incluye la capacitación sobre patrimonio cultural, capacitación turística, de mercadeo y financiera, así como de servicios de restauración, guiaje y otros que se consideren necesarios con igualdad de condiciones para hombres y mujeres.

Se considera la creación de un grupo técnico de trabajo para la toma de decisiones y gestión del proyecto, conformado por miembros de la Dirección Municipal de Cultura, especialistas del MINTUR en la provincia, dirección de desarrollo local del gobierno municipal y líderes locales.

Promueve acciones integradas entre varios actores e instituciones del territorio como son la Delegación del MINTUR, la Empresa de Comercio y Gastronomía, la Dirección Municipal de Cultura, emprendedores locales, empresas privadas, la Universidad de Guantánamo, entre otros.

Se identifican las desigualdades de género en cuanto a la categoría ocupacional, a lo que el proyecto contribuye a dar solución mediante la incorporación de mujeres a cargos directivos en la gestión de las actividades turísticas, de igual forma que se concibe la incorporación de hombres desocupados en la comercialización de artesanías.

En el proyecto se identifica el riesgo de ocurrencia de nuevos rebrotes de la pandemia por el desarrollo de nuevas variantes del virus SARS-COV 2, lo que afectaría el desarrollo de las actividades turísticas.

El flujo de visitantes puede incidir en un incremento de desechos en áreas naturales y urbanas, lo que se tuvo en cuenta para determinar la cantidad de visitantes en cada excursión, al ser grupos pequeños, las afectaciones al medio ambiente serán mínimas. Además, los locales tomarán conciencia sobre la necesidad de mantener la limpieza en todas las áreas para hacer más atractiva y segura la oferta turística.

El proyecto considera la generación mínima de ruidos y vibraciones, no emite gases de efecto invernadero, resalta los valores naturales existentes en las comunidades y el atractivo que poseen, elevando la conciencia ambientalista en actores locales, la comunidad, y su responsabilidad social para con el medio ambiente.

Considera mejorar la infraestructura, servicios y áreas públicas del municipio, con el surgimiento de nuevos emprendimientos asociados a servicios de alimentos y bebidas, recreación y otros, la colocación de carteles e indicadores turísticos y la reanimación de los recursos en mal estado de conservación, mejorando la imagen del municipio y de las comunidades en particular.

Luego de la elaboración del proyecto de desarrollo local "Raíces Patrimoniales", de su presentación, de la justificación de su contenido y de la delimitación de sus objetivos, resultados esperados y actividades, se realizó el análisis de la factibilidad social y ambiental del proyecto, obteniéndose que el mismo es factible en estos aspectos.

El proyecto se le presentó a la Dirección de Desarrollo Local del municipio para su revisión, se encuentra en la fase de conformación del expediente para presentarlo en el Consejo de la Administración Municipal (CAM) de Manuel Tames, para su aprobación y puesta en marcha. De la misma manera, los coordinadores de este plan se encuentran en la búsqueda de los avales y documentos necesarios y decisorios para su análisis por parte del grupo de desarrollo local del municipio, y demás grupos o entidades relacionadas como el gobierno municipal.

Conclusiones

Se elaboró un marco teórico referencial relacionado con el turismo comunitario y el desarrollo local, en el que se determinó que el turismo comunitario es un

mecanismo dinamizador del desarrollo local al transformarse en elemento significativo para la creación de redes que favorecen la calidad de vida de los habitantes, la protección y el cuidado de los recursos, siendo uno de sus objetivos principales la transformación de la calidad de vida de las comunidades y del espacio local permitiendo dinamizar las actividades económicas tradicionales y valorizar las particularidades culturales de las comunidades, ofreciendo al mismo tiempo oportunidades de empleo.

Se identificaron como principales potencialidades del municipio Manuel Tames para el desarrollo del turismo comunitario la existencia de sitios arqueológicos como las ruinas del Ingenio San Miguel, las Cavernas del Guaso; sitios históricos como Los Fortines y las ruinas del Cuartel de Jamaica; así como elementos de la arquitectura y espacios urbanos como las Iglesias Católicas Nuestra Señora de las Mercedes y Virgen de la Esperanza, concentrados en los consejos populares de Jamaica y Argeo Martínez.

La propuesta del proyecto de desarrollo local para favorecer el turismo comunitario “Raíces Patrimoniales” en el municipio Manuel Tames, de tipo económico-productivo y sociocultural impulsa la gestión del turismo local sostenible con perspectiva de género, mediante el aprovechamiento de los recursos endógenos y la diversificación y mejoramiento de los servicios y la revitalización del patrimonio local. Se basa en un turismo vivencial para los visitantes, para lo cual se propusieron dos excursiones turísticas “Aborígen Cubano” e “Historia y Cultura”.

Se plantea continuar la investigación para evaluar los impactos del turismo en las comunidades, y la propuesta de rutas turísticas temáticas agrupando elementos histórico-culturales del municipio, así como senderos naturales que permitan disfrutar de la flora y fauna local, además de incentivar el agroturismo tomando las experiencias de la Finca La Juanica.

Referencias bibliográficas

- Albuquerque, Francisco. (2007). Teoría y práctica del enfoque de desarrollo local. *Observatorio Iberoamericano del Desarrollo Local y la Economía Social (OIDLES)* 1, 39-61.
- Arroyo Cobeña, María Verónica. (2018). Importancia del turismo para el desarrollo local de la provincia Manabí. *Revista Electrónica Cooperación Universidad Sociedad (RECUS)*, 45-49.
- Bravo, O., & Zambrano, P. (2018). Turismo comunitario desde la perspectiva del desarrollo local: un desafío para la Comuna 23 de Noviembre, Ecuador. *Espacios*, 39(7).
- Consejo de Ministros. (2021). Decreto 33/2021 Para la Gestión Estratégica del Desarrollo Territorial (Vol. 40). Gaceta Oficial de la República de Cuba.

- González Stable, A., Arias Gilart, M., & Baños Guerra, Z. (2020). Determinación de las desproporciones intraprovinciales que inciden en el desarrollo local de Guantánamo. *COODES Cooperativismo y Desarrollo*, 8(1), 19-32.
- Granma, R. D. (2020). Se impulsa el desarrollo local en Guantánamo con la asesoría de su Universidad homónima. *Granma*.
- Hernández, S., y Mendoza, T. (2018). *Metodología de la investigación. Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. Edit. Mc Graw Hill Education. México.
- Lorenzo Linares, H., & Morales Garrido, G. (2014). Del desarrollo turístico sostenible al desarrollo local. Su comportamiento complejo. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 12(2), 453-466.
- Mendoza Carrazana, Y., López Sesmonde, E., & Lloiret Feijóo, M. M. d. C. (2020). Concepciones generales acerca del turismo y su relación con el desarrollo local en Cuba. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*.
- Ministerio de Economía y Planificación. (2021). Resolución No. 29/2021. Bases generales de la organización del sistema de trabajo para la gestión estratégica del desarrollo territorial, así como la gestión de la financiación del desarrollo local. Gaceta Oficial de la República de Cuba.
- OMT. (2019). *Definiciones de turismo de la OMT*. Retrieved from <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284420858>
- ONEI. (2021). *Anuario Estadístico Guantánamo Manuel Tames 2020*. Retrieved from www.onei.gob.cu/sites/default/files/anuario_est_municipal/02_manuel_tames_1_0.pdf
- Torres Cadena, Juan P.;, Navarro Jurado, Enrique;., & Guevara Plaza, Antonio. (2019). Desarrollo local y turismo: conceptualización, metodologías y aplicaciones. *Espacios*, 40(25).
- Yépez Franco, J. E., Cuétara Sánchez, L. M., & Chávez Franco, J. A. (2021). Turismo comunitario como estrategia para el desarrollo local sostenible en Manabí, Ecuador. *Polo del Conocimiento*, 6(12), 912-935. doi:10.23857/pc.v6i12.3415

The background is a rich, colorful illustration of a historic courtyard. At the top, a large, ornate archway frames a central figure, possibly a religious or historical figure, set against a bright, glowing light. Below the arch, the courtyard is filled with multi-story buildings featuring intricate architectural details, including arched windows, balconies with plants, and decorative facades. The color palette is diverse, with deep blues, greens, oranges, and reds, creating a sense of depth and historical richness.

Capítulo VI. La arquitectura en los centros históricos como patrimonio histórico cultural. Caso estudio: Cuba y México

LA ARQUITECTURA EN LOS CENTROS HISTÓRICOS COMO PATRIMONIO HISTÓRICO CULTURAL. CASO ESTUDIO: CUBA Y MÉXICO

Architecture in historic centers as historical-cultural heritage. Case study: Cuba and Mexico

Florencio Garzón Osorio

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Complejo Regional Sur
<https://orcid.org/0009-0007-7654-8995>
florencio.garzon@correo.buap.mx

Alfredo Arreola Flores

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Complejo Regional Sur
<https://orcid.org/0009-0002-9653-560X>
alfredo.arreola@correo.buap.mx

Miguel Ángel Méndez Soto

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Complejo Regional Sur
<https://orcid.org/0009-0001-7740-4244>
ikimsoto@gmail.com

Como citar: Garzón Osorio, F., Arreola Flores, A., & Méndez Soto, M. Á. (2024). La arquitectura en los centros históricos como patrimonio histórico cultural. Caso estudio: Cuba y México. In *Perspectivas multidisciplinares del turismo: Desafíos y oportunidades en Cuba y México* (pp. 87-104). Ciencia Digital. <http://libros.cienciadigital.org/index.php/CienciaDigitalEditorial/catalog/book/>

Resumen

En el contexto contemporáneo, la arquitectura en los centros históricos emerge como un componente esencial del patrimonio histórico-cultural, suscitando un interés renovado en diversas disciplinas académicas. En un entorno global caracterizado por la rápida urbanización y la transformación del paisaje urbano, la preservación y valoración de la arquitectura en los centros históricos adquiere una importancia crítica. Además de su innegable valor estético e histórico, estos sitios se posicionan como activos fundamentales en la industria turística, atrayendo un mercado turístico interesado en explorar la riqueza cultural y el legado arquitectónico de estas localidades. En este sentido, subrayar la trascendencia de la arquitectura en los centros históricos como parte del patrimonio cultural, resulta imperativo en la contemporaneidad, no solo con el propósito de salvaguardar su integridad física, sino también para promover una comprensión más profunda y una apreciación enriquecida de la herencia cultural. Esta interrelación entre patrimonio cultural, turismo cultural y centros históricos constituye un área de estudio vital que requiere una atención continua y estrategias de gestión sostenible para asegurar su preservación y promoción en el contexto del desarrollo turístico contemporáneo. El presente estudio tiene

como objetivo principal analizar el papel esencial de la arquitectura en los centros históricos de ciudades patrimoniales, centrándose específicamente en Cuba y México, como un factor determinante en la atracción turística.

Palabras clave: arquitectura, patrimonio cultural, turismo cultural, centros históricos

Abstract

In contemporary context, architecture in historic centers emerges as an essential component of cultural heritage, sparking renewed interest across various academic disciplines. In a globally characterized environment by rapid urbanization and urban landscape transformation, the preservation and valorization of architecture in historic centers assume critical importance. Besides its undeniable aesthetic and historical value, these sites position themselves as fundamental assets in the tourism industry, attracting a tourist market interested in exploring the cultural richness and architectural legacy of these localities. In this sense, emphasizing the significance of architecture in historic centers as part of cultural heritage is imperative in contemporary times, not only to safeguard their physical integrity but also to promote a deeper understanding and enriched appreciation of cultural heritage. This interrelationship among cultural heritage, cultural tourism, and historic centers constitutes a vital area of study that requires continuous attention and sustainable management strategies to ensure their preservation and promotion in the context of contemporary tourism development. The main objective of this study is to analyze the essential role of architecture in historic centers of heritage cities, specifically focusing on Cuba and Mexico, as a determining factor in tourist attraction.

Keywords: architecture, cultural heritage, cultural tourism, historic centers

Introducción

El turismo es un sector crucial en la economía global, con impacto en diversos ámbitos como lo son lo económico, político, social y cultural. Se trata de un fenómeno que mueve a un gran número de personas y que tiene cada vez mayor influencia en diferentes espacios y sociedades, (Pérez Amayo, 2022). En un contexto mundial caracterizado por la globalización, la incertidumbre y el constante cambio, el turismo enfrenta nuevas tendencias y desafíos que requieren que los destinos diseñen modalidades que satisfagan las necesidades actuales de los clientes.

Actualmente, los turistas buscan conocer y disfrutar de los lugares que representan la cultura y las tradiciones de los pueblos, por lo que resulta fundamental preservar estos elementos para fomentar el movimiento turístico, (Cardoso de Santana et al., 2021). Es importante destacar que el patrimonio se ha convertido en un valioso recurso cultural y un atractivo turístico. Lo cual potencia un crecimiento significativo del turismo en áreas urbanas. Ya sea en

viajes con fines culturales, escapadas de fin de semana en entornos urbanos selectos o escalas de cruceros en puertos, resulta evidente que estas modalidades turísticas están experimentando un rápido crecimiento en comparación con otros segmentos turísticos, (Judd & Fainstein, 1999).

El turismo cultural está experimentando un crecimiento notable debido a la amplia diversidad cultural tanto a nivel global como local. Las motivaciones culturales juegan un papel fundamental en la elección de destinos turísticos, por lo que es esencial promover un enfoque sostenible en esta modalidad. Se ha convertido, además, en una poderosa herramienta para difundir conocimientos a través de la interpretación del patrimonio y para valorar la historia y la vida cotidiana de las comunidades locales. Según (Marujo, 2015), se ha posicionado como una de las áreas de mayor crecimiento en los últimos años, lo que lo convierte en una actividad promisor.

La introducción del turismo cultural como una categoría dentro del turismo formal ha permitido disfrutar más allá de lo meramente formal y estético de la arquitectura, la danza y las artes populares, brindando al viajero la oportunidad de participar activamente en la cultura del lugar y comprenderla de manera más profunda, (Rivera & Peralta, 2016)

En diferentes contextos nacionales, ha surgido la idea de que preservar las huellas del pasado representa una manera de fortalecer la identidad nacional. Esto se ha vuelto especialmente importante frente a los riesgos provocados por la expansión industrial, que a menudo destruía evidencias del mundo anterior, así como en un contexto internacional marcado por conflictos entre imperios durante la segunda mitad del siglo XIX y hasta bien avanzado el XX, (Hiernaux-Nicolás & González Gómez, 2015).

El patrimonio se fue así progresivamente entendiendo como algo que reflejaba el pasado, legado por los antepasados, y de lo cual las generaciones actuales deben hacerse cargo para, a su turno, transmitirlo a las posteriores. Estas razones constituyen elementos conceptuales de las definiciones actuales de patrimonio, (García, 2011; Reinoso, 2019; Rodríguez, 2021; Cardet, 2023). La voluntad de preservación del patrimonio fue primordialmente gestionada por los estados nacionales, quienes apropiaron y consagraron las manifestaciones patrimoniales como parte constitutiva de su acervo nacional y en consonancia con su ideología nacionalista.

En este contexto, numerosos países latinoamericanos emprendieron destacadas iniciativas orientadas a la salvaguardia y conservación de monumentos y objetos históricos creados en períodos anteriores. Cuba y México, entre otros, se han insertado de manera enfática en esa política desde el siglo XIX, (Hiernaux-Nicolás & González Gómez, 2015).

Los estudios sobre el turismo y el patrimonio cultural adquieren importancia a partir de los años 80, acelerando su desarrollo en la siguiente década; y, desde el cambio de siglo, se intensifican los esfuerzos por abordar esa temática con mayor profundidad y con especial énfasis en las experiencias vivenciales de la

población residente en los lugares de atracción de visitas, (Timothy, 2000). Además, el patrimonio cultural empieza a ganar espacio como parte de la oferta turística, (Roigé et al., 2019). No obstante, como objeto de estudio es complejo y multifacético, y recién se está empezando a entender dentro del área de turismo, (Roigé et al., 2019; Salas Medina et al., 2022; Timothy, 2000). De esta manera, el turismo constituye un pilar importante de la economía de muchas ciudades históricas, contribuyendo también a la puesta en marcha de procesos de revitalización económica de las mismas, (Aparicio Guerrero, 2013).

La revitalización de los centros históricos implica la preservación y activación de estos espacios, fomentando tanto la vivienda como actividades culturales y servicios compatibles. Además de las acciones de restauración, mejora de infraestructuras y equipamiento, la rehabilitación y cambio de uso de edificios antiguos, es fundamental considerar la incorporación de nuevas construcciones y la creación de equipamientos socioculturales al diseñar una estrategia de revitalización de los centros históricos, (Aparicio Guerrero, 2013).

El desafío al que se enfrentan actualmente los centros históricos y el patrimonio cultural urbano en general, no es sólo el de su conservación sino el de la incorporación y articulación de la nueva arquitectura en los tejidos urbanos tradicionales, de “los procesos de creación-producción contemporánea”, a fin de satisfacer las necesidades vivas de la sociedad. En definitiva, la arquitectura de hoy, las infraestructuras o equipamientos culturales donde se desarrollan actividades relacionadas con el ejercicio de las artes, museos, teatros, salas de concierto, entre otras, es uno de los instrumentos para la revitalización y puesta en valor de los asentamientos antiguos.

Los centros históricos, tal como los conocemos hoy día, constituyeron lugares de gran importancia en el pasado. Fueron espacios donde el poder se concentraba, albergando a las élites y acumulando riquezas. Además, desempeñaron un papel fundamental en la difusión de ideologías y, en particular, de religiones. Estos centros históricos eran la sede de los poderes civiles y de las élites que los controlaban. Dentro de los centros históricos se encontraban las mejores construcciones residenciales, como palacetes, así como los mercados, las industrias locales y los lugares de culto. Estos lugares también eran escenarios de diversión y cultura, donde la vida social y cultural florecía.

Es crucial destacar que la conservación de los Centros Históricos es una responsabilidad compartida entre la población local y las autoridades competentes. Para evitar el deterioro y el olvido de estos espacios, es necesario establecer estrategias sólidas y eficaces que se alineen con los intereses de los habitantes, (Cardet García et al., 2023).

En la actualidad, los Centros Históricos juegan un papel crucial en los cambios urbanos, tanto en su forma como en su función. Sin embargo, este enfoque cada vez mayor en el desarrollo urbano y la industrialización puede llevar a transformaciones que amenazan la pérdida de la cultura y los principios fundamentales de estos espacios. Resulta entonces imprescindible abordar este

proceso de cambio con cuidado y equilibrio, considerando la preservación de la identidad cultural y el patrimonio histórico de los Centros Históricos. Se requiere de encontrar un punto medio entre el progreso económico y el respeto por la historia y la comunidad local, para garantizar que estos espacios sigan siendo testigos vivos de la historia y reflejen la esencia de sus habitantes.

La existencia de un patrimonio cultural ha abierto nuevas oportunidades para el turismo en ciudades y regiones. Además de la reutilización de edificios patrimoniales para fines culturales, como museos y centros culturales, podemos observar en todo el mundo la cantidad de edificios de diferentes valores, antigüedad y dimensiones que se han destinado a usos relacionados con el alojamiento, como hoteles, hostales y hoteles boutique. La diversidad de posibilidades en este sentido depende en gran medida de las características del patrimonio de cada región y de las políticas e incentivos implementados para fomentar el desarrollo turístico, (Conti & Cravero Igarza, 2010).

El objetivo principal de este estudio es examinar el papel fundamental de la arquitectura en los centros históricos de las ciudades patrimoniales, específicamente en Cuba y México, como un elemento clave para atraer turismo. Se pretende evaluar el impacto que la arquitectura tiene en la industria turística, considerando su influencia en la elección de destinos por parte de los visitantes. Además, se busca proponer estrategias de gestión sostenible que contribuyan a la preservación y realce del valor arquitectónico de estos centros históricos, fomentando un turismo responsable y respetuoso con el entorno cultural y patrimonial.

Revisión de la literatura

El creciente desarrollo del turismo cultural en los últimos años se debe a la valoración cada vez mayor de la cultura y el patrimonio histórico por parte de la sociedad. Este fenómeno ha sido especialmente notable en las ciudades o conjuntos históricos que han sido declarados “Patrimonio de la Humanidad”, según indican estudios como los de (Jiménez & Borja, 2009) y (Reinoso, 2019) se ha comprobado que la cultura ha desempeñado un papel central en el desarrollo social, económico y ambiental de estas áreas históricas (Leal Spengler, 2006; Pérez Guilarte, 2015; Reinoso, 2019). Su promoción y preservación generan beneficios en diversos aspectos, desde el impulso del turismo hasta el fortalecimiento de la identidad local y la promoción de la sostenibilidad.

Desde la perspectiva de (Ramos, 2007), se puede afirmar que el Turismo Cultural se caracteriza por las visitas que realizan personas externas a una localidad, motivadas total o parcialmente por la atracción hacia la oferta histórica, el estilo de vida o el patrimonio de una comunidad, (Camarero & Garrido, 2008). En consecuencia, el principal atributo del Turismo Cultural radica en la cultura de una población, que se materializa a través de su patrimonio edificado, como monumentos, templos y edificios de relevancia histórica y arquitectónica, así como en su herencia intangible, que se manifiesta en danzas, vestimenta,

música, técnicas artesanales, ritos y gastronomía, (Tresserras, 2021; UNESCO, 2021).

Los centros históricos, como patrimonio histórico-cultural, juegan un papel fundamental en la preservación de la historia, la promoción de la identidad cultural, el impulso del turismo, la generación de conocimiento académico y la conservación del patrimonio cultural. Su relevancia radica en su capacidad para establecer un vínculo entre las personas y su pasado, fortalecer la cohesión social y enriquecer la experiencia cultural tanto para los residentes como para los visitantes. (Aparicio Guerrero, 2013; Checa Artasu, 2012; Pelegrín Naranjo, 2022), Estos espacios emblemáticos encapsulan la esencia de una comunidad, transmitiendo su legado histórico y cultural de generación en generación, al tiempo que se convierten en puntos de encuentro y celebración de la diversidad cultural.

Estos enclaves históricos, fomentan el turismo al ofrecer a los visitantes una oportunidad única de sumergirse en la historia viva de una ciudad, explorando sus calles empedradas, admirando su arquitectura y descubriendo las historias que yacen entre sus muros. Asimismo, son un punto de investigación académica y de generación de conocimiento, ya que constituyen un campo fértil para el estudio de la historia, la arqueología, la arquitectura y otras disciplinas relacionadas. En definitiva, los centros históricos son tesoros culturales que desempeñan un papel integral en la preservación y promoción de la riqueza histórica y cultural de una comunidad.

Según los postulados de los investigadores (Cardet García et al., 2023; Hiernaux-Nicolás & González Gómez, 2015; Pacheco Ponce, 2020); la relevancia de la cultura, la identidad, la historia y la arquitectura en los centros históricos como patrimonio histórico-cultural se destaca por varias razones clave, al resumir de los autores de la investigación son las siguientes:

- **Preservación de la historia:** La arquitectura en los centros históricos refleja la historia y evolución de una ciudad a lo largo del tiempo. Los edificios y estructuras arquitectónicas son testigos tangibles de eventos históricos y estilos de vida pasados. Preservar y mantener estos elementos arquitectónicos permite que las generaciones actuales y futuras comprendan y aprecien su herencia cultural.
- **Identidad y sentido de pertenencia:** Los edificios emblemáticos y las características arquitectónicas distintivas contribuyen a la identidad cultural de un lugar y generan un sentido de pertenencia en los residentes. La arquitectura histórica proporciona un vínculo tangible con el pasado y ayuda a las personas a conectarse con su historia y raíces.
- **Atracción turística:** Los visitantes son atraídos por la belleza y la singularidad de los edificios históricos, calles empedradas y plazas antiguas. El turismo cultural relacionado con la arquitectura en los centros históricos no solo impulsa la economía local, sino que también promueve el intercambio cultural y la comprensión mutua entre diferentes comunidades y países.

-
- **Conservación del patrimonio cultural:** La preservación del patrimonio implica salvaguardar la herencia cultural de una comunidad y transmitirla a las generaciones futuras. Al proteger y conservar la arquitectura en los centros históricos, se asegura la continuidad y la preservación de la identidad cultural y se evita la pérdida de elementos valiosos de la historia y la cultura.

La importancia de la arquitectura en los centros históricos como patrimonio histórico-cultural destaca la relevancia de preservar y valorar el legado arquitectónico de estos espacios, que constituyen auténticos testimonios de la historia y la cultura de una comunidad. La arquitectura en los centros históricos no solo es estéticamente atractiva, sino que también representa una conexión tangible con el pasado, generando un sentido de identidad y pertenencia en las comunidades locales y atrayendo a turistas interesados en explorar y comprender la historia y la cultura de un lugar. Al reconocer y valorar la importancia de la arquitectura en los centros históricos, se promueve su preservación y se garantiza su legado para las generaciones futuras.

Metodología

La investigación se lleva a cabo mediante un enfoque interdisciplinario, utilizando una metodología que integra conceptos de arquitectura, historia, arte y política. Se emplea un enfoque etnográfico y se utiliza un método cualitativo para realizar un diagnóstico de la situación actual del patrimonio cultural en los centros históricos.

El procedimiento metodológico propuesto parte de las bases conceptuales de (Checa Artasu, 2012; Feria Toribio, 2013; Pacheco Ponce, 2020); (Rodríguez-Jácome, 2021; Veldpaus et al., 2016). El mismo está integrado por dos (2) fases las cuales consisten en: -Fase 1: Caracterización del Patrimonio Arquitectónico en el Centro Histórico, la misma se refiere al Mapeo Cultural y la Identificación de Atractivos turísticos, mediante la utilización de un estudio de campo como herramienta útil para obtener datos. Fase 2: Matriz de Evaluación para la Sostenibilidad y Conservación del Centro Histórico, consistió en consolidar toda la información recopilada en una hoja modelo donde se identifican los valores culturales, los recursos del patrimonio, las recomendaciones y las necesidades de cada unidad de paisaje. A partir de ella, el equipo de expertos define los criterios de intervención, los cuales conforman la Propuesta de un Plan Estratégico que favorecerá a los gestores gubernamentales la conservación y sostenibilidad de los mismos.

Se emplearon como técnicas de investigación la selección de casos de estudio que permitió identificar ciudades patrimoniales con centros históricos significativos y un importante flujo turístico. La recolección de datos a través de la revisión sistemática de literatura académica sobre la percepción de la arquitectura en los centros históricos y el análisis de estadísticas turísticas. El análisis de datos para la interpretación de los resultados obtenidos y para

comprender la relación entre la arquitectura en los centros históricos y el turismo cultural en las ciudades patrimoniales.

Resultados

El procedimiento metodológico anteriormente descrito posibilita abordar varios estudios de caso que muestran la complejidad y diversidad de la relación entre el patrimonio, la arquitectura y el turismo cultural. Para este fin se han elegido (2) dos casos que ilustraran la propuesta. Los centros históricos seleccionados son Trinidad en Cuba y Puebla en México

Fase 1: Caracterización del Patrimonio Arquitectónico en el Centro Histórico

Trinidad de Cuba

Trinidad, la tercera de las villas fundadas en Cuba, declarada junto a su cercano Valle de los Ingenios Patrimonio Cultural de la Humanidad, atesora un rico patrimonio edificado de gran valor, y su centro histórico es uno de los mejores conservados de la colonización hispana en América, (UNESCO, 1988).

La inclusión del centro histórico de Trinidad en el listado de bienes materiales protegidos por la UNESCO considerados Patrimonio Cultural de la Humanidad (García Reinoso & Quintero, 2018) constituye una fortaleza del municipio para el desarrollo de la actividad turística en la provincia de Sancti Spíritus-Cuba. Vincula el atractivo colonial de su arquitectura y urbanismo en un entorno de potencialidades; en su enclave geográfico entre la montaña y el litoral, (Martínez & Díaz, 2011).

Se presentan edificaciones españolas que datan aproximadamente desde finales del siglo XVII hasta principios del XIX, las cuales forman parte del legado de la experiencia colonizadora llevada a cabo por los españoles y consolidada a lo largo de siglos de conflictos con la población musulmana. Estas construcciones se caracterizan por sus casas de planta corrida, provistas de balcones y amplios ventanales (véase Figura 1). Sus muros están contruidos con adobe², elaborado a partir de una mezcla de hierba, aguja y barro, típica de finales del siglo XVII (véase Figura 2). En cuanto a los techos, se destacan por su diseño que imita la estructura invertida de un barco, cubiertos con tejas criollas. En la parte superior del tejado, se observa un alero sostenido por puntales que se apoyan en la pared para soportar la carga inicial de madera, seguida por tejas, aseguradas con un mortero que fija el alero en su lugar (véase Figura 3).

² Palabra árabe al-tub, es un ladrillo sin cocer, una pieza de construcción hecha de una masa de barro (arcilla y arena) mezclado a veces con paja, secada al sol.



Figura 1. Casas coloniales Siglo XVII



Figura 2. Muestra de las paredes coloniales



Figura 3. *Muestra de las paredes coloniales*

En el epicentro del casco histórico se erige la Plaza Mayor (véase Figura 4), la cual ha desempeñado un papel fundamental en la vida trinitaria desde su establecimiento en 1514, con la fundación de la ciudad. Esta plaza ha sido testigo del desarrollo urbano a lo largo de los siglos, siendo el enclave alrededor del cual se han erigido los edificios más destacados y pintorescos. Dotada de un marcado carácter colonial caribeño, la Plaza Mayor se distingue por su distintivo color amarillo. En su diseño, destacan dos elegantes galgos esculpidos en mármol y algunas palmeras que enmarcan el camino hacia el centro, donde reposa sobre un pedestal la musa griega de la danza, Terpsícore (véase Figura 5). Esta escultura, realizada en mármol, constituye una notable pieza artística que añade un toque de elegancia clásica al entorno. Alrededor de Terpsícore se disponen cuatro jardines rectangulares, delimitados por verjas blancas importadas de Filadelfia, contribuyendo así a la armonía estética y a la atmósfera serena de este espacio urbano histórico.



Figura 4. *Plaza Mayor*



Figura 5. *Musa griega de la danza Terpsícore*

En las inmediaciones de la plaza se encuentran emplazadas distinguidas mansiones, así como la imponente fachada neoclásica que conforma parte de la exquisita Iglesia Mayor Santísima Trinidad. Se aprecia también la Torre campanario del Convento de San Francisco de Asís, junto con el palacio Ortiz, que en la actualidad alberga una galería de arte universal, y la residencia de la familia Padrón, la cual ha sido convertida en el Museo de Arqueología (véase Figura 6).

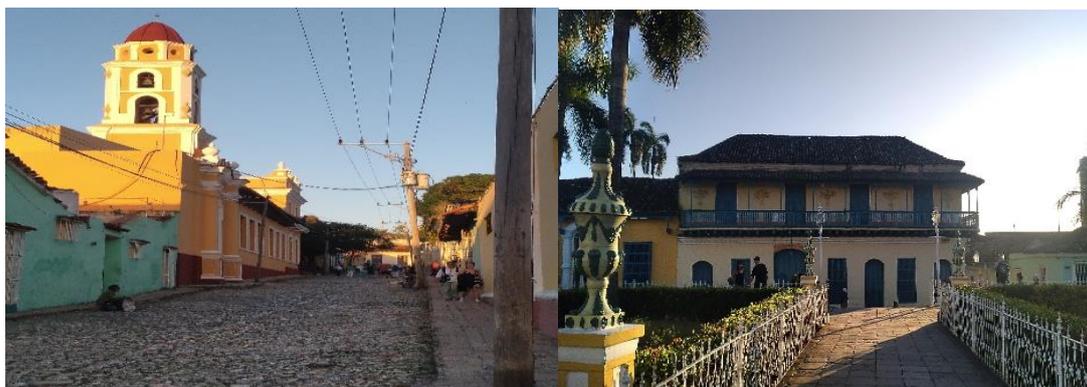


Figura 6. *Iglesia Mayor Santísima Trinidad (Izquierda) El palacio Ortiz (Derecha)*

Desde una perspectiva urbanística, debajo de la plaza principal existía una reserva de agua, dado que la ciudad no contaba con un sistema de acueducto, sino que se abastecía a través de fosas sépticas. La disposición de las calles en el centro histórico de Trinidad no sigue un patrón ortogonal, sino que más bien se asemeja a una estructura de "tela de araña". Las causas de esta disposición son múltiples y se detallan a continuación:

1. Durante el siglo XVII, la villa fue abandonada por la población autóctona, lo que llevó a la pérdida de presupuestos urbanos y al desarrollo espontáneo de asentamientos.
2. Los primeros planos de la ciudad muestran que el único punto donde se observa cierta ortogonalidad es en la intersección de las calles de Cristo

y Boca. Además, las cuatro manzanas que rodean este centro son las únicas que están completamente urbanizadas, lo que sugiere que esta área corresponde al núcleo fundacional de la ciudad.

3. La disposición de las calles también se ve influenciada por el largo período en el que la ciudad estuvo mayormente ruralizada, con una población que carecía de vías pavimentadas y calles adoquinadas.

El trazado urbano de Trinidad es un reflejo de la vida misma, ya que, si bien comenzó conforme al ideal urbano de su época, evolucionó y se adaptó a circunstancias específicas a lo largo del tiempo (véase Figura 7). Esta evolución es lo que otorga encanto, misterio y sorpresa al caminar por las calles de esta hermosa ciudad.



Figura 7. Calles de Trinidad

Puebla México

Puebla de Zaragoza, oficialmente conocida como Heroica Puebla de Zaragoza o simplemente Puebla, es una destacada metrópoli en México y la ciudad más grande y capital del estado de Puebla. Es reconocida como Puebla de los Ángeles o Ciudad de los Ángeles, debido a la leyenda que afirma que fue trazada por seres celestiales. Fundada el 16 de abril de 1531 bajo la dirección del obispo Julián Garcés, Puebla se encuentra estratégicamente ubicada entre la Ciudad de México y el puerto de Veracruz. Su centro histórico, declarado Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, alberga una rica muestra de arquitectura civil y colonial que abarca desde el Renacimiento hasta el Barroco Neoclásico, con influencias españolas, francesas y barrocas.

Las formas arquitectónicas de la época colonial en Puebla reflejan la influencia de corrientes arquitectónicas francesas y españolas que estaban en pleno auge en Europa durante la fundación de la ciudad. En el centro histórico, se pueden apreciar ejemplos destacados de arquitectura barroca y neoclásica, como la

imponente catedral³ (véase Figura 8), el teatro principal⁴ (véase Figura 9), el palacio municipal (véase Figura 10) y otros edificios circundantes. A lo largo de la Avenida Juárez, también se pueden encontrar casonas residenciales que exhiben este estilo arquitectónico, algunas de las cuales han sido adaptadas como boutiques y restaurantes, conservando así la esencia y el encanto de la época colonial.



Figura 8. *Catedral Puebla*

Fuente: <https://www.mexicoescultura.com>



Figura 9. *Teatro Principal. Puebla*

Fuente: <https://www.mexicoescultura.com>



Figura 10. *Palacio Municipal*

³ La catedral basílica de Puebla, como se conoce a la catedral de Nuestra Señora de la Inmaculada Concepción de acuerdo a su advocación mariana, es la sede episcopal del archidiócesis de Puebla. Es uno de los más importantes inmuebles del centro histórico declarado patrimonio de la humanidad.

⁴ El Teatro Principal es un teatro en la ciudad de Puebla, en México. Es el espacio teatral activo más antiguo de América

Fuente: <https://www.mexicoescultura.com>

El centro histórico alberga edificios coloniales de carácter religioso y civil, los cuales destacan por su trascendencia arquitectónica e histórica, y constituyen una rica mezcla de estilos cuya raíz se halla en aportaciones culturales españolas y mestizas (principalmente en iglesias), y posteriormente en influencias europeas y orientales (principalmente francesas, alemanas y árabes).

El Centro Histórico de Puebla se destaca por su excelente infraestructura cultural, que incluye museos, teatros, galerías, bibliotecas y espacios para conciertos. Un lugar emblemático es el Zócalo de Puebla (véase Figura 11), también conocido como Plaza Principal o Plaza Mayor, que ha sido denominado de diversas formas a lo largo del tiempo. Ubicado en el corazón del Centro Histórico, este espacio es de gran importancia dentro de la zona histórica de monumentos reconocida como Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO. Entre los destacados establecimientos culturales se encuentran la Biblioteca Palafoxiana, el Teatro de la Ciudad, el Complejo Cultural Universitario y el Museo Internacional Barroco.



Figura 11. *Zócalo de Puebla*

Fuente: <https://www.mexicoescultura.com>

Otra impresionante obra es el templo de Santo Domingo y la impresionante capilla del Rosario, obra del siglo XVII, que fue calificada en su época como La Casa de Oro; el Templo Conventual de Nuestra Señora del Carmen, un bello ejemplo del barroco poblano; el Templo conventual de San Francisco, con 14 grandes tableros de azulejos poblanos en su portada; el Templo de la Compañía, con una sacristía decorada con grandes lienzos de finales del siglo XVII; el Museo Amparo, en un histórico edificio del siglo XVI; el Palacio Municipal, con una peculiar arquitectura isabelina; el Palacio del Arzobispado; el Antiguo Seminario Tridentino, con la notable Biblioteca Palafoxiana, con sus estantes de cedro de 1773; la Casa de los Muñecos (véase Figura 12), con 16 figuras semidesnudas, colocadas en su fachada; la casa del Alfeñique y su curiosa ornamentación en argamasa blanca, y muchas otras casas cubiertas con coloridos azulejos. De hecho, los templos, ricamente ornamentados, le han concedido el título de “Relicario de América”.



Figura 12. Casa de los muñecos

Fuente: <https://www.mexicoescultura.com>

Al transitar por las amplias, rectas y estrechas calles del centro histórico de Puebla, se puede apreciar el conjunto arquitectónico que exhibe una notable combinación de ladrillos, azulejos y relieves artísticos en argamasa blanca, lo cual confiere a Puebla un reconocimiento destacado a nivel nacional. Este entorno urbano se distingue por su traza inalterada y ejemplar, donde se encuentran notables obras arquitectónicas.

Fase 2: Matriz de Evaluación para la Sostenibilidad y Conservación del Centro Histórico

La segunda fase del estudio estuvo dirigida a la elaboración de una hoja de datos contentiva de una matriz de evaluación general con relación al patrimonio, la arquitectura y el turismo cultural en centros históricos, con el objetivo de reflejar toda la información recopilada. La misma se describe en la tabla 1

Tabla 2. Matriz de evaluación general con relación al patrimonio, la arquitectura y el turismo cultural en centros históricos

	Centro Histórico Trinidad	Centro Histórico Puebla
Ubicación		
Población		
Extensión		
Organismo encargado de su gestión		
Componentes estudiados	Componente territorial Componente patrimonial	

Caracterización patrimonial del centro histórico	El patrimonio inmaterial Las actividades económicas El patrimonio material arquitectónico
Participación ciudadana	
Principal problema identificado	
Principal objetivo	
Ejes estratégicos y proyectos del plan	Paisaje Histórico Urbano que realza los valores extraordinarios del patrimonio Centro habitable y atractivo Centro metropolitano de carácter tradicional y cultural Diversos proyectos de desarrollo local estatales y privados

Fuente: *Elaboración propia sustentado en los postulados de (REY, J. et al, 2017) y (MML, 2018)*

A partir de esta Matriz de evaluación general con relación al patrimonio, la arquitectura y el turismo cultural en centros históricos, el equipo de expertos define los criterios de intervención, los cuales conforman la Propuesta de un Plan Estratégico que favorecerá a los gestores gubernamentales la conservación y sostenibilidad de los mismos.

Conclusiones

La arquitectura en los centros históricos como patrimonio histórico cultural desempeña un papel fundamental como atractivo turístico, ya que refleja la

identidad cultural, la historia y la belleza estética de una ciudad. Los visitantes son atraídos por la oportunidad de experimentar nuevas experiencias basadas en la historia y sumergirse en la atmósfera única que ofrecen estos lugares.

El proceder metodológico propuesto que parte de una caracterización del patrimonio arquitectónico y evaluación para la sostenibilidad y conservación del Centro Histórico proporciona una base sólida para la toma de decisiones informadas y la implementación de estrategias efectivas. Al utilizar el mismo, los gestores gubernamentales pueden impulsar la conservación y sostenibilidad del patrimonio arquitectónico, preservando así la identidad cultural y promoviendo el turismo de manera responsable.

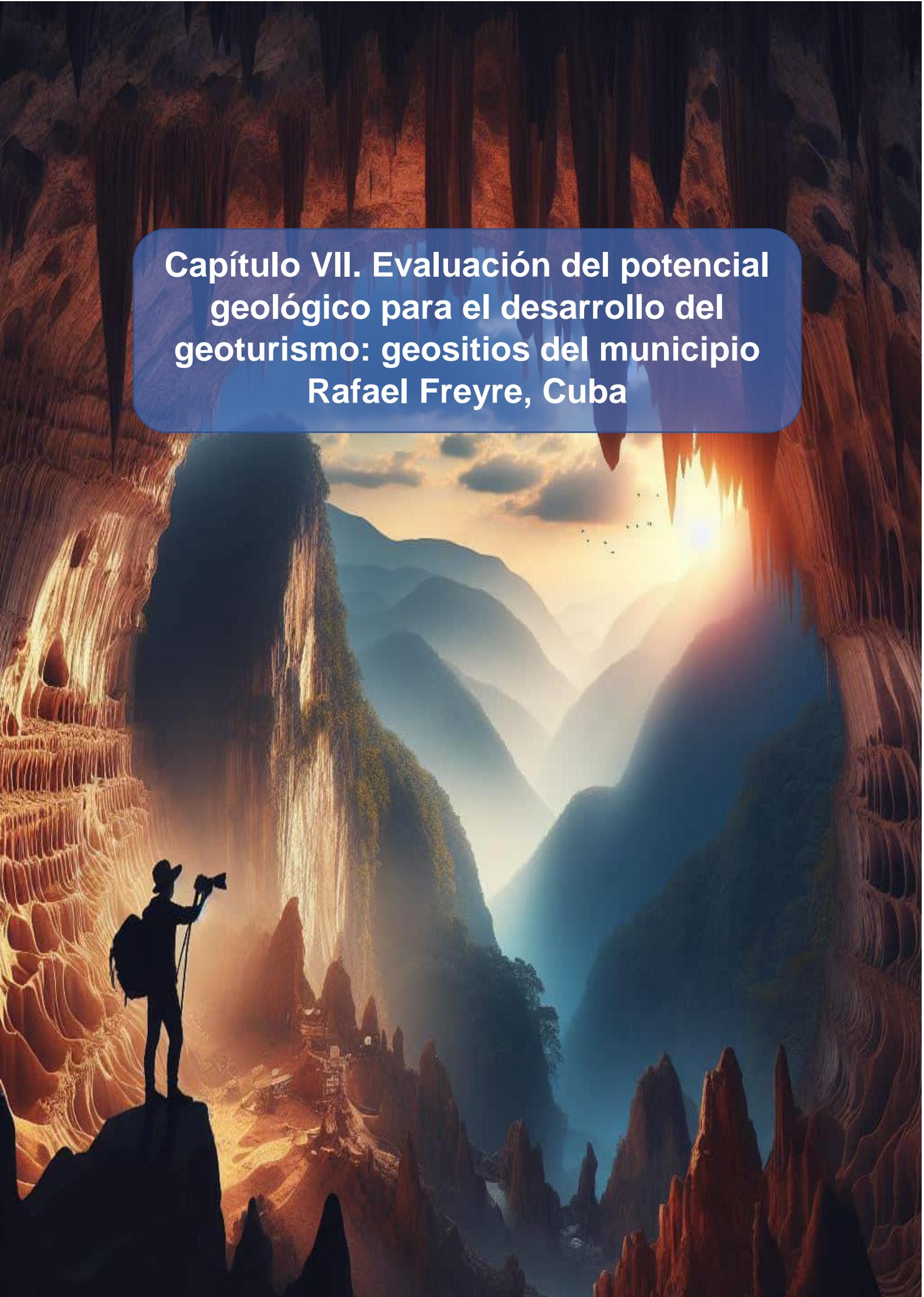
Este estudio resalta la importancia crucial de la arquitectura en los centros históricos de Cuba y México como un factor determinante en su atractivo turístico. Estos lugares poseen un patrimonio arquitectónico invaluable que despierta el interés de visitantes nacionales e internacionales, generando un impacto significativo en la industria turística de ambas regiones.

Referencias bibliográficas

- Aparicio Guerrero, A. E. (2013). Los centros históricos de Toledo y Cuenca: Nuevos equipamientos socioculturales para la recuperación funcion. *Polígonos. Revista de Geografía*.
- Camarero, C., & Garrido, M. J. (2008). The influence of market and product orientation on museum performance. *International Journal of Arts Management*, 14-26.
- Cardet García, J. J., Arellano Paredes, D. I., & Viteri Jaramillo, G. A. (2023). Gestión y comunicación del patrimonio: Estrategias para un turismo sostenible en el Centro Histórico de Pasa. Ecuador. *Revista: Módulo Arquitectura CUC*, 30, 127-170.
- Cardoso de Santana, J., Bem Maracajá, K. F., & de Araújo Machado, P. (2021). Cultural tourism and tourism sustainability: A mapping of the scientific performance of the web of science. *Revista Turismo y Sociedad*, XXVIII, 95-113.
- César Dachary, A. A., Arnaiz Burne, S. M., & César Arnaiz, F. (2020). El Caribe y Centroamérica: Cooperación y desarrollo en una economía turística multinacional. *Estudios y perspectivas en turismo*, 29(4), 1215-1231. SciELO Argentina. http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322020000401215&lang=es
- Checa Artasu, M. M. (2012). Aproximación turístico cultural para un patrimonio en vías de extinción: La arquitectura histórica en madera de Chetumal, Quintana Roo. *Revista El Periplo Sustentable.*, 23, 49-78.

-
- Conti, A. L., & Cravero Igarza, S. (2010). Patrimonio, comunidad local y turismo. *Notas en turismo y economía*.
- Feria Toribio, J. M. (2013). *El patrimonio territorial: Algunas aportaciones para su entendimiento y puesta en valor*.
- García Reinoso, N., & Quintero, Y. (2018). Producto de sol y playa para el desarrollo turístico del Municipio Trinidad de Cuba. *Revista interamericana de ambiente y turismo*, 14(1), 52-64.
- Hiernaux-Nicolás, D., & González Gómez, C. I. (2015). Patrimonio y turismo en centros históricos de ciudades medias. ¿Imaginario encontrados? *URBS: Revista de estudios urbanos y ciencias sociales*, 5(2), 111-125.
- Jiménez, J. A. M., & Borja, M. Á. G. (2009). *Turismo cultural en Ciudades Patrimonio de la Humanidad* (Vol. 101). Universidad de Castilla La Mancha.
- Judd, D. R., & Fainstein, S. S. (1999). The Tourist City. *American Political Science Review*, 94(1), 192-193. Cambridge Core. <https://doi.org/10.2307/2586416>
- Leal Spengler, E. (2006). La cultura, única certeza para un proyecto sostenible. *Manejo y gestión de Centros Históricos*.
- Martínez, G., & Díaz, J. (2011). TRINIDAD, PRODUCTO TURÍSTICO INTEGRAL Y SOSTENIBLE EN CUBA. *Cuadernos de Turismo*.
- Marujo, N. (2015). EVENTOS CULTURALES Y MOTIVACIONES DE LOS TURISTAS. La Fiesta de Fin de Año en Isla de Madeira—Portugal. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 24(1), 40-55. Redalyc. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=180732864003>
- Pacheco Ponce, D. A. (2020). Planificación de centros históricos: Análisis de casos con enfoque de paisaje urbano histórico. *Devenir-Revista de estudios sobre patrimonio edificado*, 7(13), 135-152.
- Pelegrín Naranjo, L. (2022). La demanda turística en el destino Trinidad de Cuba, ciudad museo del Caribe. *Encuentros: Revista de Ciencias Humanas, Teoría Social y Pensamiento Crítico*, 1, 213-230.
- Pérez Amayo, A. C. (2022). *Experiencias turísticas a través del patrimonio cultural del Centro Histórico de la Ciudad de México* [Tesis para obtener el Título de Licenciada en Turismo, Universidad Autónoma del Estado de México]. <http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/137591/TESIS%20EXPERIENCIAS%20TUR%20C3%8DSTICAS%20A%20TRAV%20C3%89S%20DEL%20PATRIMONIO%20CULTURAL%20DEL%20CENTRO%20HIST%20C3%93RICO%20DE%20LA%20CDMX.pdf?sequence=1>

-
- Pérez Guilarte, Y. (2015). La Imagen Del Turismo Cultural En Cuba Percibida Por El Mercado Español (The Image of the Cultural Tourism in Cuba Perceived by the Spanish Market). *Turismo y Sociedad*, 16.
- Ramos, L. M. (2007). El turismo cultural, los museos y su planificación. *Investigaciones Geográficas*, 44, 199.
- Reinoso, N. G. (2019). Segmentación y valoración del mercado turístico: Estudio del destino Patrimonio de la Humanidad Trinidad de Cuba. *Revista Venezolana de Gerencia*, 24(87), 785-806.
- Rivera, R., & Peralta, A. (2016). Turismo cultural en México. *Reporte Anáhuca de investigación turística*, 1.
- Rodríguez-Jácome, G. (2021). *Patrimonio cultural, turismo y desarrollo local: El caso de Santa Cruz-Galápagos, Ecuador*.
- Roigé, X., Del Mármol, C., & Egea, M. (2019). Los usos del patrimonio inmaterial en la promoción del turismo. El caso del Pirineo catalán. *PASOS. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 17, 1113-1126. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2019.17.077>
- Salas Medina, P. E., Tenelema Sañay, Y. K., & Poveda Morales, T. C. (2022). Buenas prácticas de turismo sostenible en establecimientos de alojamiento en Riobamba, Ecuador. *Estudios del Desarrollo Social: Cuba y América Latina*, 10, 360-367.
- Timothy, D. J. (2000). *Cultural Heritage and Tourism. An Introduction* (2nd ed.). Blue Ridge Summit: Channel View Publications. <https://lccn.loc.gov/2020003629>
- Tresserras, J. (2021). *El turismo cultural y creativo hoy*. <https://www.unesco.org/es/articles/el-turismo-cultural-y-creativo-hoy>
- UNESCO. (1988). *Centro del Patrimonio Mundial -Trinidad y Valle de los Ingenios*. <https://whc.unesco.org/es/list/460>
- UNESCO. (2021). *CATEDRA UNESCO de TURISMO CULTURAL*. https://www.turismoculturalun.org.ar/actividades_2021.php
- Veldpau, L., Fayad, S., Jian, Z., Rogers, A., Juma, M., Re, A., Rey-Pérez, J., & Verdini, G. (2016). *THE HUL GUIDEBOOK Managing heritage in dynamic and constantly changing urban environments* (p. 56).



Capítulo VII. Evaluación del potencial geológico para el desarrollo del geoturismo: geositos del municipio Rafael Freyre, Cuba

EVALUACIÓN DEL POTENCIAL GEOLÓGICO PARA EL DESARROLLO DEL GEOTURISMO: GEOSITIOS DEL MUNICIPIO RAFAEL FREYRE, CUBA

Evaluation of the geological potential for the development of geotourism:
Geosites of the Rafael Freyre municipality, Cuba

José-Alberto Guibert-Mejias

Universidad de Holguín

<https://orcid.org/0009-0003-1917-4369>

joalguib01@gmail.com

Yulietsy Sierra-Mulet

Universidad de Holguín

<https://orcid.org/0000-0002-7335-1624>

magsimigsi@gmail.com

Félix Díaz-Pompa

Universidad de Holguín

<https://orcid.org/0000-0002-2666-1849>

felixdp1978@gmail.com

Como citar: Guibert-Mejias, J.-A., Sierra-Mulet, Y., & Díaz-Pompa, F. (2024). Evaluación del potencial geológico para el desarrollo del geoturismo: geositos del municipio Rafael Freyre, Cuba. In *Perspectivas multidisciplinares del turismo: Desafíos y oportunidades en Cuba y México* (pp. 105-119). Ciencia Digital. <http://libros.cienciadigital.org/index.php/CienciaDigitalEditorial/catalog/book/>

Resumen

El área geográfica del municipio Rafael Freyre tiene un potencial significativo para el desarrollo del geoturismo, engloba un patrimonio geológico de alto valor estético, científico y etnológico. Sin embargo, estos recursos que constituyen una oportunidad cimera para el desarrollo local sostenible, son subexplotados por los gestores turísticos de la región. Esta investigación tiene como finalidad evaluar los geositos existentes en este municipio, para jerarquizar su potencial y seleccionar cuáles son pertinentes para la creación de productos turísticos. Se siguió de manera parcial un modelo de evaluación cuantitativo para el geopatrimonio que permitió calcular el Potencial Geoturístico, a partir del cálculo del Índice de Potencial de Uso Turístico, con diez variables, y del Índice de Valor Adicional, con seis variables. Los resultados de la evaluación evidenciaron que los geositos Manantial de Aguas Sulfurosas, Holoestratotipo de la Formación Tinajita y la Silla de Gibara tienen potencial geoturístico bueno y alto, por lo que presentan condiciones óptimas para ser empleados en la creación de productos turísticos; se descartó el geosito Hipoestratotipo de la Formación Bariay por poseer bajo potencial. Esta evaluación no solo promueve la valoración de estos recursos geológicos como atractivos turísticos, sino que también fomenta el desarrollo de nuevos productos que impulsen el desarrollo socioeconómico del municipio.

Palabras clave: Evaluación cuantitativa; Geopatrimonio; Geoturismo; Rafael Freyre.

Abstract

The geographic area of the municipality of Rafael Freyre has significant potential for the development of geotourism, it includes a geological heritage of high aesthetic, scientific and ethnological value. However, these resources, which constitute a prime opportunity for sustainable local development, are underexploited by tourism managers in the region. The purpose of this research is to evaluate the existing geosites in this region, to prioritize their potential and select those that are relevant for the creation of tourism products. A quantitative evaluation model was partially followed for the geoheritage that allowed the calculation of the Geotourism Potential, based on the calculation of the Tourism Use Potential Index, with ten variables, and the Additional Value Index, with six variables. The results of the evaluation showed that the geosites Sulphurous Water Spring, Holoestratotype of the Tinajita Formation and Chair of Gibara have good and high geotourism potential, so they present optimal conditions to be used in the creation of tourism products; the geosite Hipoestratotype of the Bariay Formation was discarded for having low potential. This evaluation not only promotes the valuation of these geological resources as tourist attractions, but also encourages the development of new products that promote the socioeconomic development of the municipality.

Key words: Quantitative evaluation; Geotourism; Geopatrimonio; Rafael Freyre.

Introducción

En diversos países los sitios geológicos con valor patrimonial son atesorados por las comunidades locales debido a que engloban un conjunto de experiencias, creencias y tradiciones, las cuales son transmitidas de generación en generación (Shu, et. al., 2022). Desde comienzos de la década de los noventa en diversas regiones se ha acrecentado el interés por conocer, valorar, proteger y mostrar el patrimonio geológico de sus territorios, (Palacio Prieto, 2014; de Araújo Silva, et. al., 2022).

Es por esta razón que ha aumentado la conciencia hacia el geopatrimonio y se está convirtiendo en un concepto central en el debate sobre el desarrollo sostenible (Mori Huaman, et. al., 2022); no solo por desencadenar un interés científico al ayudar a comprender la historia de la Tierra, sino también por mostrar valores estéticos, económicos, culturales y educativos (Ríos Reyes, et. al, 2022; Rais, et. al., 2021), que pueden ser atractivos para la actividad turística, (Herrera Franco, et. al., 2020).

En este contexto, plantean Tamang, et. al. (2022) que el geoturismo es una forma sostenible de turismo que promueve la comprensión ambiental y cultural, y la apreciación y conservación de los paisajes a través de la experiencia geológica

y geomorfológica. La viabilidad económica, la mejora de la comunidad y la geoconservación de las características del paisaje pueden ser fomentadas por el desarrollo del geoturismo, (Ibetsberger & Embleton-Hamann, 2022).

A partir de lo expuesto con anterioridad, la gestión del geopatrimonio como recurso turístico es dinámica, cambiante y de continua transformación, (Różycka & Migoń, 2018; Tomić, et. al., 2020). Se hace compleja debido a las múltiples interacciones por parte de las instituciones tomadoras de decisiones, científicos y académicos, además de los usuarios, propietarios, o comunidades vinculadas directamente con estos recursos, (Herrera Franco, et. al., 2022). Dada su complejidad, se emplean herramientas que evalúen su pertinencia para la actividad turística, (Sanchez-Cortez et. al., 2014; Spyrou, et. al., 2022).

El municipio Rafael Freyre es uno de los territorios de la provincia de Holguín con mayor afluencia turística. Además de sus potencialidades socioeconómicas y culturales, que se encuentran a disposición del sector turístico, cuenta con invaluable riqueza natural de distintivos valores geopatrimoniales que por el contrario no están siendo explotadas en función de la actividad turística y se desconocen sus condiciones actuales. No obstante, las estructuras de gobierno local manifiestan su disposición por desarrollar políticas públicas en pro del desarrollo sostenible del territorio a partir de la actividad geoturística.

Martínez Corpas (2017), ha realizado una evaluación de los geositos de este municipio para determinar el estado de conservación actual de los mismos como parte de la protección de la geodiversidad y del patrimonio geológico. Tal investigación fue llevada a cabo mediante la metodología establecida por Gutiérrez et. al., (2007), la cual posee un enfoque mayoritariamente geológico y no incluye variables propias de la actividad turística. De ahí la necesidad de realizar una evaluación con un modelo más actualizado, que incluya variables que valoren de manera efectiva el potencial turístico del geopatrimonio de Rafael Freyre.

Es por ello que el objetivo principal de esta investigación es evaluar el potencial geoturístico del municipio Rafael Freyre y determinar los geositos más adecuados para su desarrollo geoturístico inicial. Los geositos ubicados en este territorio fueron posteriormente analizados para comparar su estado actual y potencial geoturístico mediante la aplicación parcial de la metodología de evaluación cuantitativa del patrimonio geológico propuesta por Pereira, et. al. (2020). Este modelo se aplicará a los cuatro geositos de la región. Los resultados del análisis proporcionarán información sobre el estado actual de los geositos para asimilar la actividad turística que impulse el desarrollo local sostenible; y encausarán una mejor gestión para que esta área se convierta en un centro de atracción geoturística reconocida que atraiga a un mayor número de turistas.

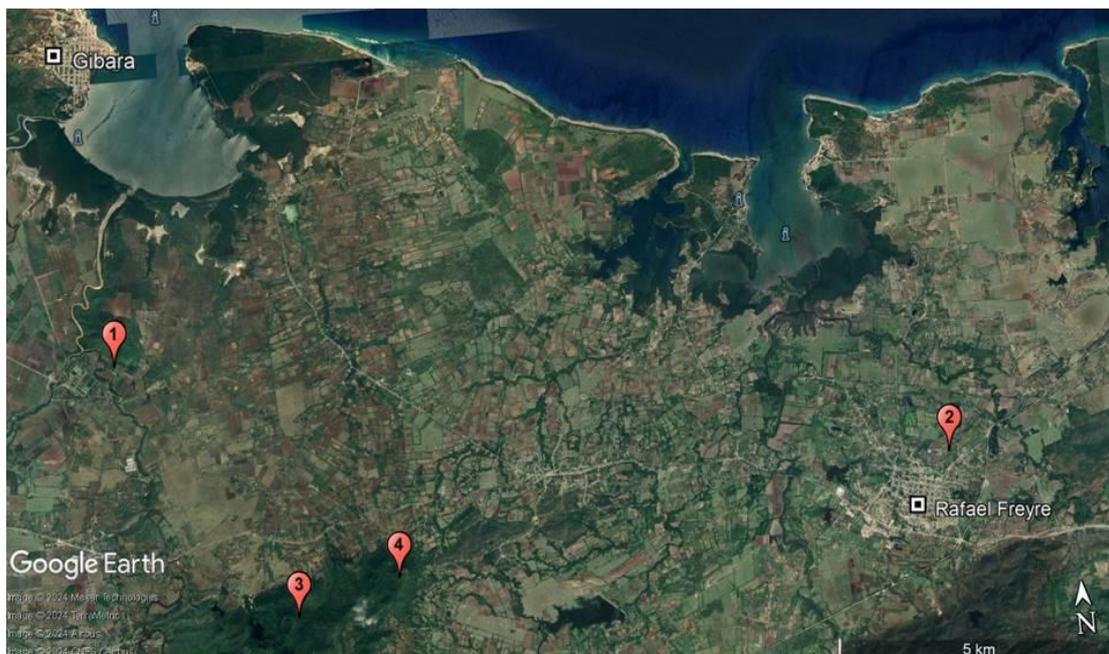
Área de estudio

El municipio Rafael Freyre está ubicado geográficamente al norte y oeste de la provincia de Holguín. Por el norte limita con las aguas del Océano Atlántico, al

sur con el municipio de Báguanos y un extremo con el municipio Holguín; por el este con Banes y al oeste con Gibara. El territorio posee una extensión territorial de 618,46 km² y una población de 52 699 habitantes, (ONEI, 2022).

Es reconocido por su vocación para la actividad turística en la modalidad de sol y playa, pues su litoral costero posee una excepcional belleza natural, donde sobresalen las bahías de Vita, Jururú y Naranjo, así como las playas Carenero, Cayo Bariay, Playa Blanca, Don Lino, Pesquero, Yuraguanal, Esmeralda y Caletica.

El clima es bastante cálido y se identifican con facilidad dos etapas: una corta con temperaturas agradables y otra larga con altas temperaturas. Los recursos hídricos del territorio no tienen gran significación; existen dos sistemas fluviales de corto curso y escaso caudal donde sobresalen los ríos Gibara, Yabazón, Bariay y Guabajaney. Su flora y fauna son diversas y se distinguen especies endémicas en ambos casos. El relieve es irregular donde se aprecia una mezcla de llanuras con elevaciones bajas que no sobrepasan los 450 metros sobre el nivel del mar, (Bacallao González, et. al., 2012). Las formaciones geológicas presentes en la región son el resultado de eventos geológicos que desde el período Cretácico han moldeado la geología de la región oriental de la isla. De acuerdo con Resolución 96 de 2022 del Ministerio de Energía y Minas, en este municipio existen cuatro geositos: Manantial de Aguas Sulfurosas, Hipoestratotipo de la Formación Bariay, Holoestratotipo de la Formación Tinajita y la Silla de Gibara (Figura 1).



Leyenda

1. Manantial de Aguas Sulfurosas
2. Hipoestratotipo de la Formación Bariay
3. Holoestratotipo de la Formación Tinajita
4. Silla de Gibara



Figura 1. Localización de los geositios en el área de estudio

El Manantial de Aguas Sulfurosas se encuentra ubicado en la base de una elevación en los alrededores de Potrerillo en las coordenadas geográficas $21^{\circ}03'42.45''N$, $76^{\circ}07'48.84''W$. Se trata de un manantial de aguas sulfurosas magnésico-cálcicas, con potasio y pequeñas cantidades de estroncio que brota de una cueva, excavada en un conglomerado polimíctico, con granos calcáreos y de vulcanitas, unidos por un cemento calcáreo de color grisáceo (Resolución 96 de 2022 del Ministerio de Energía y Minas).

El Hipoestratotipo de la Formación Bariay está ubicado a unos 500 m al NE del poblado de Santa Lucía, municipio Rafael Freyre, con coordenadas $23^{\circ}56'31.1''N$ y $73^{\circ}08'23.1''W$. Su litología señala la presencia de basaltos afíricos con intercalaciones de silicitas y calizas, limolitas, basalto-doleritas, y microgabros. En muchas partes los basaltos han sufrido un “metamorfismo hidrotermal” con un desarrollo global de las facies zeolíticas y en partes de esquistos verdes. Las alteraciones acompañantes demuestran una zonalidad (silicificación con vetas de cuarzo, alteración completa a illita-hidrómica-caolinita y en otras zonas esmectitas-cloritas).

El holoestratotipo es un corte en el Cerro Tinajita, con coordenadas geográficas $21^{\circ}01'36.2'' N$ y $76^{\circ}06'04'' W$; está compuesto por calizas biodetríticas o microcristalinas, de color gris a gris claro, de facies retroarrecifales, masivas o

en capas gruesas compactas. Contiene pequeños sectores margosos o dolomitizados y el afloramiento aparece cortado por numerosas venas de calcita. Las calizas se encuentran fuertemente carsificadas con lapiés de varios tipos y abundantes cavernas.

La Silla de Gibara representa un modelo clásico de cerro carsificado en forma de mogote muy bien conservado. Sus coordenadas geográficas son 21°01'30.74"N y 76°05'03.94"W. Por formar parte de la Formación Tinajita, presenta rasgos semejantes al afloramiento anterior (Resolución 96 de 2022 del Ministerio de Energía y Minas).

Metodología

Para proceder a la realización de la evaluación de los geositos ubicados en el municipio Rafael Freyre, se aplicó la metodología de evaluación del geopatrimonio propuesta por Pereira, et. al. (2020). Su notoriedad radica en su carácter cuantitativo y en la capacidad de adaptar sus variables e indicadores a áreas de estudios de diferentes características. Además, este modelo de evaluación se fundamenta en la obtención de tres parámetros: dos índices secundarios (Potencial Geoturístico e Índice de Necesidad de Protección) y un índice general (Índice de Riesgo Inminente), obtenido ponderando los dos índices secundarios.

De acuerdo con el objetivo de esta investigación se realizará una aplicación parcial de esta metodología al calcular solo el Potencial Geoturístico. Para ello, fue necesario un conocimiento profundo de las características físicas (geología, geomorfología, hidrología y pedología), socioeconómicas, turísticas y ecológicas del área de estudio, adquirido en etapas preliminares de investigación.

Para calcular el Potencial Geoturístico (PGeo) se ponderarán dos criterios: el Potencial de Uso Turístico (PUT), que combina variables que caracterizan elementos de valor estético e infraestructuras de apoyo turístico (Tabla 1) y el Valor Adicional (Vad), en el que se destaca una combinación de valores científicos, ecológicos y culturales (Tabla 2). A juicio de los autores de esta investigación se realizará una adecuación en los ítems de la variable "Vad₅ – Interés ecológico" con el objetivo de que la evaluación se ajuste completamente a las características del área de estudio.

Tabla 1. Variables para el cálculo del Índice de Potencial Geoturístico con sus respectivos pesos

Características locales			
Valor estético			
PUT ₁ - Espectacularidad / belleza 5. Calidad visual y escénica muy alta	Peso	PUT ₂ - Presencia de elementos no armónicos	Peso
	20	5. Ausencia de mejoras en el paisaje	15

4. Calidad visual y escénica alta	4. Impacto débil de mejoras
3. Calidad visual y escénica media	3. Impacto medio de mejoras
2. Calidad visual y escénica baja	2. Impacto fuerte de mejoras
1. Calidad visual y escénica muy baja	1. Las mejoras interfieren de manera muy significativa en el paisaje

PUT ₃ - Contraste del color local		PUT ₄ - Facilidad de visualización 5. Fácilmente visible al menos 1 kilómetros de distancia	
5. Al menos cinco colores contrastando		4. Visto desde al menos 500 m	
4. Cuatro colores contrastantes	Peso 5	3. Visto solo desde 100-500 m	Peso 5
3. Tres colores contrastantes		2. Visto solo desde 10-100 m	
2. Dos colores contrastantes		1. Visto solo desde menos de 10 m de distancia	
1. Colores idénticos			

Acceso / Transporte

Valor de uso turístico

PUT ₅ - Facilidad de acceso		PUT ₆ - Modo de transporte	
5. Directo por camino principal		5. Fácilmente accesible en vehículo motorizado	
4. Parte en camino secundario pavimentado		4. Parcialmente accesible en vehículo motorizado y a pie, caminando al menos 100 m	
3. Parte en camino secundario pavimentado y parte en camino secundario sin pavimentar	Peso 10	3. Parcialmente accesible en vehículo motorizado y a pie, caminando entre 100-500 m	Peso 5
2. Parte en camino secundario sin pavimentar		2. Parcialmente alcanzado en vehículo motorizado y a pie, con un recorrido superior a 500 m	
1. Requiere uso de bote o lancha		1. Se llega únicamente en lancha o lancha rápida	

Apoyo turístico

Valor de uso turístico			
PUT ₇ - Distancia a la ciudad más cercana		PUT ₈ - Publicidad	
5. Dentro de una ciudad grande, con al menos 100.000 habitantes.		5. Amplia publicidad por parte de organismos especializados	
4. Ciudad más cercana al menos 5 km		4. Gran publicidad	
3. Ciudad más cercana entre 5 - 8 km		3. Publicidad media	
2. Ciudad más cercana entre 8 - 15 km		2. Publicidad débil	
1. Ciudad más cercana a más de 15 km		1. Sin publicidad	
		Peso	Peso
		10	10
PUT ₉ - Presencia de infraestructura hotelera		PUT ₁₀ - Proximidad a servicios extrahoteleros	
5. Al menos a 500 m de distancia		5. Al menos a 500 m de distancia	
4. Entre 500 m e 1 km		4. Entre 500 m e 1 km	
3. Entre 1- 5 km		3. Entre 1-5 km	
2. Entre 5-10 km		2. Entre 5-10 km	
1. Más de 10 km		1. Más de 10 km	
		Peso	Peso
		10	10
Peso total		100	

Fuente: Pereira, et. al. (2020)

Tabla 2. Variables para el cálculo del Índice de Valor Adicional con sus respectivos pesos

Valor científico			
Vad ₁ - Abundancia/Singularidad		Vad ₂ - Grado de conocimiento científico	
5. Único en el área de estudio		5. Más de una tesis doctoral/maestría	
4. Solo hay dos sitios similares			
		Peso	Peso
		15	5

3. Hay de 3 a 4 lugares similares		4. Al menos una tesis doctoral / maestría y un artículo en revista nacional	
2. Hay de 5 a 6 lugares similares		3. Solo una tesis doctoral/maestría	
1. El lugar es muy común		2. Las publicaciones están restringidas a reuniones científicas nacionales o revistas nacionales	
		1. Prácticamente no hay publicaciones	
Vad₃ - Interés paleogeográfico y geológico		Vad₄ - Representatividad/tipo de sitio	
5. Evidencia clara y visible de fenómenos y procesos		5. Referencia estratigráfica	
4. –	Peso 5	4. Ilustra adecuadamente un rasgo dado o representa procesos	Peso 5
3. Se evidencia, pero no tan visible		3. Ilustra un rasgo dado o representa procesos	
2.-		2. Débil representatividad	
1. Muy poca importancia o ningún interés		1. Sin representatividad	
Valor ecológico		Valor cultural	
Vad₅ - Interés ecológico		Vad₆ - Asociación con elementos culturales	
5. Interés ecológico alto		5. Mencionado en iconografía (mapas/planos) y documentos históricos textuales, tanto coloniales como asociados a creencias locales	
4. Interés ecológico medio		4. Mencionado en iconografía (mapas/planos) y documentos históricos textuales, sin asociación con creencias	
3. -		3. Mencionado en iconografía colonial o documentos históricos textuales	
2. Interés ecológico bajo	Peso 10		Peso 10
1. Sin interés ecológico			

	2. Tiene valor cultural limitado a creencias locales
	1. No relevante
Peso total	50

Fuente: Pereira, et. al. (2020)

Por lo tanto, para calcular el PGeo, se debe calcular primeramente el Índice de Potencial Geoturístico (IPT) y el Índice de Valor Adicional (IVad) como se muestra a continuación:

$$IPT = \frac{\sum_{i=1}^{10} PUT_i * Peso_i}{100}$$

$$IVad = \frac{\sum_{i=1}^{10} Vadi * Peso_i}{50}$$

Dónde, PUT_i corresponde a la variable i del Potencial de uso Turístico;

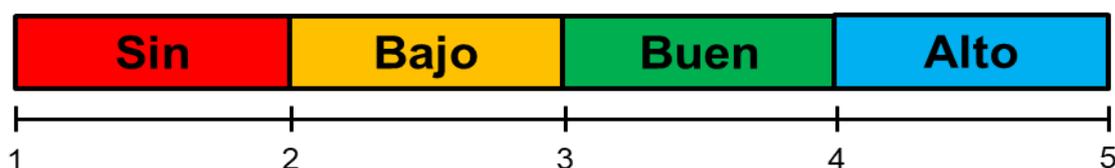
$Vadi$, corresponde a la variable i del Valor Adicional y;

$Peso_i$ es el peso de la variable i .

El PGeo se calculará sumando el resultado de estos dos indicadores, dividido por 3, para que resulte entre 1 y 5, como se muestra en la siguiente fórmula:

$$PGeo = \frac{IPT * 2 + IVad}{3}$$

Posteriormente, los resultados del PGeo de cada geositio se colocarán en la Escala de calidad del PGeo (Figura 2), lo que permitirá un análisis comparativo del potencial de cada geositio del área de estudio.



Escalas:

PGeo con valores entre 1 y 2: Sitios **sin** potencial geoturístico.

PGeo con valores entre 2,01 y 3: Sitios con **bajo** potencial geoturístico.

PGeo con valores entre 3,01 y 4: Sitios con **buen** potencial geoturístico.

PGeo con valores entre 4,01 y 5: Sitios con **alto** potencial geoturístico.

Figura 2. Escala de calidad del potencial geoturístico

Fuente: Pereira, et. al. (2020)

Todos los sitios pertenecientes a los dos segmentos superiores podrán ser seleccionados para el diseño de productos geoturísticos, siendo descartados los demás.

Resultados

Fueron evaluados los cuatro geositos ubicados en el municipio Rafael Freyre: Manantial de Aguas Sulfurosas (Figura 3a), Hipoestratotipo de la Formación Bariay (Figura 3b), Holoestratotipo de la Formación Tinajita (Figura 3c) y la Silla de Gibara (Figura 3d).



Figura 3. Fotos de los geositos existentes en Rafael Freyre

Con la aplicación de las ponderaciones y formulas anteriormente detalladas se procedió al cálculo del PGeo, como se muestra en la Tabla 3.

Tabla 3. Resultados de la evaluación cuantitativa de los geositos de Rafael Freyre

Geositos	IPT	IVad	PGeo
Manantial de Aguas Sulfurosas	3.6	4.25	3.81
Hipoestratotipo de la Formación Bariay	2.45	3.15	2.68
Holoestratotipo de la Formación Tinajita	4.0	4.1	4.03
Silla de Gibara	3.95	4.15	4.01

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos, la Escala de Calidad del PGeo, con los geositos ubicados, se comporta como se muestra en la Figura 4.

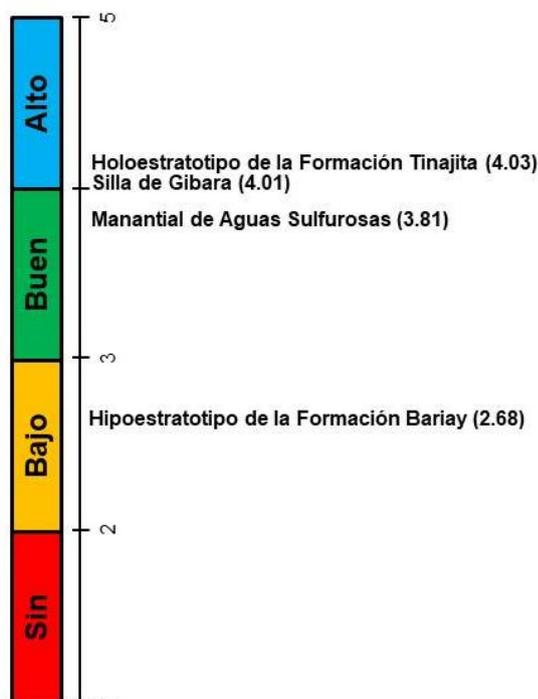


Figura 4. Escala de calidad del PGeo para el área de estudio

Discusión

A partir de los resultados obtenidos en la evaluación, los geositios de mayor potencial geoturístico en el municipio Rafael Freyre son: Holoestratotipo de la Formación Tinajita, Silla de Gibara y Manantial de Aguas Sulfurosas, en ese orden. El Holoestratotipo de la Formación Tinajita alcanzó el valor más alto de PGeo; pues está considerado un Elemento Natural Destacado en el Sistema de Áreas Protegidas por sus características paisajísticas y su valor estético.

En el sitio se muestran foraminíferos planctónicos típicos del período Cretácico, del grupo de *Globotruncana* y también se encuentran macroforaminíferos como *Orbitoides tissoti*, *Praeglobotruncana sp.*, *Pseudorbitoides israelskyi*, *Contusotruncana fornicata*, *Sulcorbitoides pardoii*, *Sulcoperculina globosa*, *Torreina torrei*, *Vaughanina barkeri*, *Vaughanina cubensi*, elementos que lo dotan de un alto valor científico y características singulares.

La Silla de Gibara, junto al cerro Tinajita que está situada al este-sureste y otra elevación de perfil similar a la “silla” denominada loma de Vigía, que se encuentra al noreste, constituyen el grupo principal de los cerros de Gibara, conjunto orográfico ampliamente reconocido en la geografía de la isla. Su alto valor adicional radica en que justamente debe su nombre a su semejanza a una silla de montar; e históricamente se señala que fue la elevación divisada y mencionada por Cristóbal Colón en su primer viaje a Cuba. Con sus 307 m de altura sobre el nivel del mar es visible desde gran parte de los municipios Rafael Freyre y Gibara. Es un afloramiento único en Cuba y cautiva a los visitantes

debido a su peculiar forma y belleza. De los geositorios evaluados, es el único que recibe gran publicidad por organismos especializados del sector turístico.

Resulta importante precisar que tanto el Holoestratotipo de la Formación Tinajita como la Silla de Gibara se encuentran próximos al Campismo Silla de Gibara y están interconectados con él a través de senderos donde se aprecia la biodiversidad de la región; además, carecen de elementos antrópicos que mancillen su paisaje natural.

Por su parte, el Manantial de Aguas Sulfurosas brota de una cueva en pequeñas cantidades y descarga al arroyo Caimán. A la salida del manantial los campesinos de la zona han construido un pequeño muro para acumular agua, que según la información recibida la utilizan en la curación de enfermedades de la piel, mediante baños. Presenta un valor estético alto ya que se aprecian sulfuros con su olor característico y existen costras de azufre en las márgenes del arroyo lo que otorga un paisaje muy interesante. Su uso turístico se ve afectado por su poca accesibilidad; no obstante, este sitio se encuentra equidistante de los campismos Los Bajos y Silla de Gibara.

El geositorio Hipoestratotipo de la Formación Bariay es el único con potencial geoturístico bajo. A pesar de su valor científico, es un sitio que se encuentra en pleno asentamiento poblacional, junto a la línea ferroviaria, cuestión que ha dañado considerablemente su valor estético; además es de un tamaño mediano y sus rasgos geológicos característicos se pueden avizorar en sitios similares en la provincia de Holguín. Por tales razones, este geositorio se descarta del uso turístico.

Conclusiones

La presente investigación realizada en el municipio de Rafael Freyre ha proporcionado evaluar los geositorios existentes en la región: Manantial de Aguas Sulfurosas, Hipoestratotipo de la Formación Bariay, Holoestratotipo de la Formación Tinajita y la Silla de Gibara. La jerarquización de estos geositorios ha sido un paso crucial en este proceso, ya que ha permitido identificar aquellos que son más relevantes y adecuados para la creación de productos turísticos que destaquen la belleza y singularidad de la región, permitiendo a los visitantes sumergirse en experiencias únicas y significativas.

Por último, los resultados de este estudio contribuirán a una mejor conciencia del geopatrimonio que es poco conocido e ignorado para el desarrollo sostenible de la economía local. Además, proporcionan información que podría ayudar a los gestores a respaldar las decisiones de gestión turística del municipio Rafael Freyre, en materia de diversificación de la oferta. Solo a través de un enfoque integral y colaborativo se podrá aprovechar plenamente el potencial turístico de estos geositorios.

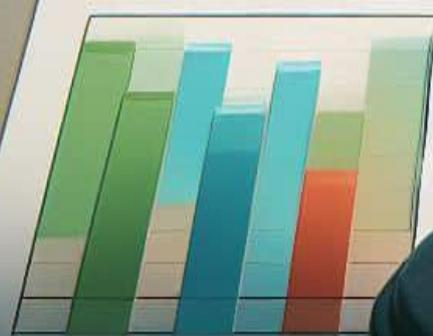
Referencias Bibliográficas

- Bacallao González, W., Garzón Montes de Oca, X. & Bacallao González, R. (2012). *Diccionario Geográfico de Holguín*. Editorial La Mezquita. ISBN 978-959-7200-04-8
- de Araújo Silva, J. F., Leite do Nascimento, M. A. & Adriani Rapanos, E. (2022). Análise bibliométrica da produção acadêmica sobre Geodiversidade e temas afins nas Universidades Federais do Brasil. *TerraPlural*, 16, 1-17. <https://doi.org/10.5212/TerraPlural.v.16.2219829.017>
- Gutiérrez, R., Barrientos, A., Balado, E., Flores, L., & Furrázola, G. (2007). *Propuesta de metodología a emplear para las acciones de protección y conservación del patrimonio geológico VII Congreso De Geología (GEOLOGIA 2007)*. Taller Conservación del Patrimonio y la Herencia Geológica, La Habana.
- Herrera-Franco, G., Montalván-Burbano, N., Carrión-Mero, P., Apolo-Masache, B., & Jaya-Montalvo, M. (2020). Research Trends in Geotourism: A Bibliometric Analysis Using the Scopus Database. *Geociencias*, 10. <https://doi.org/10.3390/geosciences10100379>
- Herrera-Franco, G., Carrión-Mero, P., Montalván-Burbano, N., Caicedo-Potosí, J., & Berrezueta, E. (2022). Geoheritage and Geosites: A Bibliometric Analysis and Literature Review. *Geociencias*, 12, 169. <https://doi.org/10.3390/geosciences12040169>
- Ibetsberger, H. J., & Embleton-Hamann, C. (2022) Geoheritage, Geotourism and Landscape Protection in Austria. *World Geomorphological Landscapes: Springer Science and Business Media B.V*, 119-134. https://doi.org/10.1007/978-3-030-92815-5_7
- Martínez Corpas, C. R. (2017). Evaluación de geositos de la zona oeste de Holguín para la protección y conservación del patrimonio geológico. *Ciencia & Futuro*, 7(2), 1-22.
- Ministerio de Energía y Minas. (2022, 3 de agosto). *Resolución 96/2022*. Gaceta Oficial de la República de Cuba N° 84 Ordinaria de 12 de agosto de 2022. <https://www.gacetaoficial.gob.cu/sites/default/files/goc-2022-o84.pdf>
- Mori Huaman, M., Mori Ramírez, P. O., García Rivas Plata, C. E., & Ishuiza Tapullima, I. (2022). Turismo sostenible teniendo como base la evaluación de geositos. *Revista Universidad y Sociedad*, 14(3), 202-216. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202022000300202
- ONEI (2022). *Anuario Estadístico de Holguín 2022*. <https://www.onei.gob.cu/aep-holguin-2022>

- Palacio-Prieto, J. L. (2014). Geoheritage Within Cities: Urban Geosites in Mexico City. *Geoheritage*, 7(4), 365-373. <https://doi.org/10.1007/s12371-014-0136-6>
- Pereira, L. S., De Carvalho, D. M., & da Cunha, L. S. (2020). Metodologia de avaliação quantitativa do geopatrimônio aplicada ao geoturismo costeiro. *REVISTA CAMINHOS DE GEOGRAFIA*, 21(73), 148-163. <https://doi.org/10.14393/RCG217347509>
- Rais, J., Barakat, A., Louz, E., & Ait Barka, A. (2021). Geological heritage in the M'Goun geopark: A proposal of geo-itineraries around the Bine El Ouidane dam (Central High Atlas, Morocco). *International Journal of Geoheritage and Parks*, 9(2), 242-263. <https://doi.org/10.1016/j.ijgeop.2021.02.006>
- Ríos Reyes, C. A., Muñoz-Quintero, S. I., & Acevedo-Charry, O. (2022). GEOTOURISM AS A STRATEGY OF SUSTAINABLE RURAL DEVELOPMENT OF THE PAIPA - IZA VOLCANIC COMPLEX IN THE EASTERN ANDES OF COLOMBIA: AN INNOVATIVE APPROACH. *Turismo y sociedad*, 31, 281-301. <https://doi.org/10.18601/01207555.n31.13>
- Rózycka, M., & Migoń, P. (2018). Customer-Oriented Evaluation of Geoheritage—on the Example of Volcanic Geosites in the West Sudetes, SW Poland. *Geoheritage*, 10(1), 23-37. <https://doi.org/10.1007/s12371-017-0217-4>
- Sanchez-Cortez, J. L., Arredondo-García, M. C., Leyva-Aguilera, J. C., Ávila-Serrano, G., Figueroa-Beltrán, C., & Mata-Perelló, J. (2014). Propuesta de matriz para evaluación de proyectos geoparques en América Latina, con base en Áreas Naturales Protegidas: Aplicación y Casos de Estudio. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 12(2), 383-394. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2014.12.027>
- Spyrou, E., Triantaphyllou, M. V., Tsourou, T., Vassilakis, E., Asimakopoulos, C., Konsolaki, A., Markakis, D., Marketou-Galari, D., & Skentos, A. (2022). Assessment of Geological Heritage Sites and Their Significance for Geotouristic Exploitation: The Case of Lefkas, Meganisi, Kefalonia and Ithaki Islands, Ionian Sea, Greece. *Geosciences (Switzerland)*, 12(2), Article 55. <https://doi.org/10.3390/geosciences12020055>
- Shu, H., Zhang, F., & Liu, P. (2022). Study on the Characteristics and Utilization of the Danxia Geoheritage in Northwest China: Implication on Popularly Scientific Education and Undergraduate Teaching. *Geoheritage*, 14(2), Article 38. <https://doi.org/10.1007/s12371-022-00679-8>
- Tamang, L., Mandal, U. K., Karmakar, M., Banerjee, M. & Ghosh, D. (2022). Geomorphosite evaluation for geotourism development using geosite assessment model (GAM): A study from a Proterozoic terrain in eastern India. *International Journal of Geoheritage and Parks*. <https://doi.org/10.1016/j.ijgeop.2022.12.001>

Tomić, N., Marković, S. B., Antić, A., & Tešić, D. (2020). Exploring the potential for geotourism development in the Danube region of Serbia. *International Journal of Geoheritage and Parks*, 8(2), 123-139. <https://doi.org/10.1016/j.ijgeop.2020.05.001>

Capítulo VIII. Desafíos legales y medioambientales en el desarrollo del turismo en áreas protegidas de México



ECONOMIC BENEFITS



ENVIRONMENTAL CONCERNS

DESAFÍOS LEGALES Y MEDIOAMBIENTALES EN EL DESARROLLO DEL TURISMO EN ÁREAS PROTEGIDAS DE MÉXICO

Desafíos legales y medioambientales en el desarrollo del turismo en áreas protegidas de México

María Guadalupe Ávila Zambrano

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Complejo Regional Sur
<https://orcid.org/0009-0003-7318-2837>
guadalupe.avilaza@correo.buap.mx

Liborio Cruz Hernández

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Complejo Regional Sur
<https://orcid.org/0009-0001-0250-1955>
juridicocruzhernandez@hotmail.es

Eudoxio Morales Flores

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla
<https://orcid.org/0009-0004-6245-8129>
eudoxio@yahoo.com

Leonela Jazmín Martínez Ayala

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla
<https://orcid.org/0009-0003-1873-8425>
leonelamaray@gmail.com

Como citar: Ávila Zambrano, M. G., Cruz Hernández, L., Morales Flores, E., & Martínez Ayala, L. J. (2024). Desafíos legales y medioambientales en el desarrollo del turismo en áreas protegidas de México. In *Perspectivas multidisciplinarias del turismo: Desafíos y oportunidades en Cuba y México* (pp. 120-138). Ciencia Digital. <http://libros.cienciadigital.org/index.php/CienciaDigitalEditorial/catalog/book/>

Resumen

El estudio se enfocó en analizar los desafíos legales y ambientales en el desarrollo del turismo en áreas protegidas de México, a partir de las percepciones de los habitantes locales. A través de entrevistas, se exploraron las opiniones sobre el impacto del turismo en la región. Se encontró una percepción mixta, donde se valoran los beneficios económicos y las preocupaciones sobre el impacto en el entorno natural y la preservación de la cultura local. En cuanto a la regulación, se identificó que la normativa actual es insuficiente, con vacíos legales que permiten prácticas perjudiciales para el medio ambiente. En relación con los desafíos ambientales, se destacaron preocupaciones sobre la contaminación, la erosión del suelo y la alteración de los ecosistemas locales debido al turismo en áreas protegidas. Se resaltó la importancia de implementar medidas de sostenibilidad y educación ambiental. Respecto a la participación comunitaria, se subrayó la necesidad de involucrar activamente a las comunidades locales en la regulación del turismo a través de comités consultivos y prácticas sostenibles. Se identificaron propuestas como

programas de capacitación y colaboración con autoridades para abordar los desafíos identificados. Finalmente, en cuanto al impacto social y cultural, se reconoció el impacto positivo del turismo en las comunidades locales en términos económicos, pero también se señalaron preocupaciones sobre cambios en las tradiciones y modos de vida. Se sugirieron medidas para preservar la identidad cultural y el bienestar de las comunidades locales, como el fomento del turismo culturalmente sensible y programas educativos para la preservación cultural.

Palabras clave: turismo, sostenible, áreas protegidas, comunidad, marco legal

Abstract

The study focused on analyzing the legal and environmental challenges in the development of tourism in protected areas of Mexico, based on the perceptions of local inhabitants. Through interviews, opinions about the impact of tourism in the region were explored. A mixed perception was found, where economic benefits and concerns about the impact on the natural environment and the preservation of local culture are valued. Regarding regulation, it was identified that the current regulations are insufficient, with legal loopholes that allow practices that are harmful to the environment. In relation to environmental challenges, concerns were highlighted about pollution, soil erosion and alteration of local ecosystems due to tourism in protected areas. The importance of implementing sustainability measures and environmental education was highlighted. Regarding community participation, the need to actively involve local communities in tourism regulation through advisory committees and sustainable practices was highlighted. Proposals were identified such as training programs and collaboration with authorities to address the identified challenges. Finally, in terms of social and cultural impact, the positive impact of tourism on local communities in economic terms was recognized but concerns about changes in traditions and ways of life were also noted. Measures were suggested to preserve the cultural identity and well-being of local communities, such as the promotion of culturally sensitive tourism and educational programs for cultural preservation.

Keywords: tourism, sustainable, protected areas, community, legal framework

Introducción

El turismo en áreas protegidas representa un importante motor de desarrollo económico y social, pero también plantea desafíos significativos en términos legales y medioambientales. En el contexto de México, las áreas protegidas, como la región de Puebla, enfrentan una creciente presión derivada del turismo, lo que plantea interrogantes sobre la regulación de esta actividad y su impacto en el entorno natural y las comunidades locales.

En este sentido, es fundamental comprender las percepciones y experiencias de los pobladores de las comunidades en relación con estos desafíos, así como

identificar posibles soluciones para abordarlos de manera efectiva. Esta investigación cualitativa se propone explorar el discurso de los pobladores de la comunidad sobre los desafíos legales y medioambientales en el desarrollo del turismo en áreas protegidas de México, con un enfoque específico en Puebla.

Revisión de la Literatura

El turismo en áreas naturales protegidas desempeña un papel crucial en la conservación de la biodiversidad, la promoción del desarrollo sostenible y la sensibilización sobre la importancia de preservar los ecosistemas naturales, (Mora-Olivo et al., 2009). Estas áreas ofrecen a los visitantes la oportunidad de disfrutar de la belleza escénica, la flora y fauna únicas, y de participar en actividades al aire libre en un entorno natural protegido, (Martínez-Rodríguez et al., 2021). La existencia de un marco legal regulador es fundamental para garantizar la gestión adecuada del turismo en estas áreas, estableciendo normas y directrices que promuevan prácticas turísticas responsables, la conservación del medio ambiente, el respeto por la cultura local y el equilibrio entre el desarrollo turístico y la protección de los recursos naturales, (Íñiguez Dávalos et al., 2014). Un marco legal sólido contribuye a evitar impactos negativos en los ecosistemas frágiles, a asegurar la sostenibilidad a largo plazo del turismo en áreas naturales protegidas y maximizar los beneficios económicos, sociales y ambientales para las comunidades locales y el país en su conjunto, (López Santillán, 2015).

El desarrollo del turismo en áreas protegidas ha sido objeto de creciente atención en la literatura académica, en la cual se ha destacado la importancia de encontrar un equilibrio entre la promoción del turismo y la conservación del medio ambiente, (Cabral de Medeiros Santana et al., 2020). En el caso de México, las áreas protegidas desempeñan un papel crucial en la conservación de la biodiversidad y los ecosistemas (Arizpe Covarrubias et al., 2020), aunque se enfrentan desafíos relacionados con la presión turística y la falta de regulación efectiva.

Diversos estudios han señalado la necesidad de fortalecer los marcos legales y regulatorios para garantizar la sostenibilidad del turismo en áreas protegidas (Íñiguez Dávalos et al., 2014), así como de involucrar activamente a las comunidades locales en la toma de decisiones y la gestión de estas áreas. La participación comunitaria se identifica como un elemento clave para promover un turismo responsable y respetuoso con el entorno natural y cultural, (Almendarez-Hernández et al., 2016).

En este contexto, la presente investigación se sitúa en la intersección entre el turismo, la conservación ambiental y el desarrollo comunitario, con el propósito de aportar conocimientos que contribuyan a la formulación de políticas y prácticas más sostenibles en el ámbito del turismo en áreas protegidas de México.

En el marco del Plan Nacional de Desarrollo de México, se destaca la importancia de la sustentabilidad como uno de los principios rectores,

enfaticando la necesidad de un desarrollo armonioso que respete y preserve el medio ambiente. En este sentido, se ha dado prioridad a las Áreas Naturales Protegidas (ANP) como herramientas clave de la política ambiental, con el fin de fomentar la conservación de especies, hábitats y procesos ecológicos. Este enfoque ha llevado a un incremento anual en la creación y protección de estas áreas, reconociendo su papel fundamental en la preservación de la biodiversidad y en la mitigación de los impactos negativos sobre el entorno natural, (Arizpe Covarrubias et al., 2020). El compromiso de México con la protección ambiental a través de las ANP refleja su voluntad de promover un desarrollo sostenible que garantice el bienestar de las generaciones presentes y futuras.

La administración a cargo de la Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas (Conanp) incluye en la actualidad un total de 203 Áreas Naturales Protegidas de carácter federal, abarcando una extensión de 91,608,327.23 hectáreas. Asimismo, la institución brinda respaldo a 395 Áreas Destinadas Voluntariamente a la Conservación, las cuales suman una superficie de 701,760 hectáreas, (Gobierno de México, 2024).

En los últimos años, las áreas de reserva natural o Áreas Naturales Protegidas (ANP) han experimentado un notable aumento en la afluencia de turistas, a pesar de que estos tienen a su disposición una amplia variedad de opciones para satisfacer sus demandas, (Mora-Olivo et al., 2009). Esta tendencia refleja un creciente interés por parte de los visitantes en disfrutar de la belleza y la biodiversidad que ofrecen estas zonas protegidas. La atracción hacia las ANP puede atribuirse a la creciente conciencia sobre la importancia de conservar el medio ambiente, así como a la búsqueda de experiencias auténticas y en contacto con la naturaleza. Este fenómeno plantea desafíos y oportunidades para la gestión sostenible del turismo en estas áreas, con el fin de garantizar su preservación a largo plazo y minimizar su impacto negativo. Es fundamental encontrar un equilibrio entre la promoción del turismo en las ANP y la protección de su integridad ecológica, a través de medidas que fomenten un turismo responsable y respetuoso con el entorno natural.

Las Áreas Naturales Protegidas (ANP) representan un importante impulsor del turismo en México, ya que tienen la capacidad de preservar la diversidad biológica y generar un impacto económico significativo para las comunidades que residen en su entorno, (González Ocampo et al., 2014). Es fundamental establecer políticas y directrices a nivel institucional que promuevan el uso sostenible y la conservación de cada ANP. Estas estrategias deben involucrar a todos los actores y usuarios de las áreas protegidas, alineándose con los objetivos específicos de cada ANP, (Arizpe Covarrubias et al., 2020). De esta manera, se busca generar beneficios tanto económicos como socioambientales para la población mexicana. El desarrollo de estas políticas y lineamientos contribuirá a garantizar la preservación de estos espacios naturales, fomentando un turismo responsable y sostenible que promueva el cuidado del medio ambiente y el bienestar de las comunidades locales.

La legislación contempla la delimitación de subzonas de uso restringido con el fin de conservar y mejorar los ecosistemas, en particular aquellos que albergan poblaciones de vida silvestre y especies en riesgo. En estas áreas se permiten actividades de educación ambiental y turismo de bajo impacto, siempre y cuando no modifiquen las condiciones originales del entorno. Por otro lado, las subzonas de uso tradicional tienen como propósito preservar la riqueza cultural de las comunidades locales y satisfacer sus necesidades básicas, permitiendo el aprovechamiento sostenible de los recursos naturales. En estas áreas se promueve también la educación ambiental y el turismo de bajo impacto, así como el uso de materiales y técnicas tradicionales para la infraestructura. Además, se regula el aprovechamiento de recursos naturales para fines económicos o de autoconsumo, siempre en concordancia con la normativa vigente en la materia, (Diario Oficial de la Federación, 2014).

El Artículo 59 de la ley mencionada establece que las áreas designadas como subzonas de uso público pueden ser ubicadas en aquellas áreas que posean atractivos naturales para la realización de actividades recreativas, de esparcimiento y educación ambiental. En estas subzonas, se permitirá únicamente la construcción de instalaciones destinadas al desarrollo de servicios de apoyo al turismo, a la investigación y monitoreo del ambiente, así como a la educación ambiental, siempre en concordancia con los objetivos de protección y manejo de cada área natural protegida, (Diario Oficial de la Federación, 2014).

Con el propósito de promover el desarrollo del turismo sustentable y recreativo en las Áreas Naturales Protegidas (ANP) de México, la CONANP implementó en 2006 la Estrategia Nacional de Desarrollo del Turismo Sustentable y Recreativo. Esta estrategia, que ha sido continuamente actualizada, establece directrices y acciones para garantizar una gestión óptima de la actividad turística en estas áreas. A pesar de que a nivel internacional las ANP son reconocidas como destinos preferidos para el turismo de naturaleza, aventura y ecoturismo, se ha advertido sobre los efectos negativos que la falta de planificación puede ocasionar en estas zonas, (Arizpe Covarrubias et al., 2020). Por lo tanto, es fundamental seguir trabajando en la implementación de medidas que permitan conciliar el desarrollo turístico con la preservación del entorno natural, asegurando así que las ANP sigan siendo atractivas para los visitantes sin comprometer su conservación a largo plazo.

Metodología

El objetivo de la presente investigación fue explorar las percepciones y actitudes de las comunidades locales de Puebla hacia la regulación de la actividad turística en áreas protegidas. El propósito principal era comprender cómo estas comunidades perciben la regulación turística, los desafíos legales y ambientales que identifican, así como las posibles soluciones que proponen para abordar esta problemática en el contexto específico de Puebla.

En cuanto al diseño de la investigación, se optó por un enfoque cualitativo que permitió analizar en profundidad el discurso de las comunidades. Para ello, se consideró utilizar la entrevista semiestructurada y análisis de contenido como herramientas para recopilar y analizar los datos de manera exhaustiva y detallada.

La selección de participantes se llevó a cabo identificando a los actores clave en este contexto, incluyendo miembros de las comunidades locales, líderes comunitarios, autoridades locales y expertos en turismo y medio ambiente. En total se entrevistaron 306 actores locales de las diferentes ANP. La inclusión de estas diferentes perspectivas permitió obtener una visión integral de las percepciones y actitudes hacia la regulación turística en áreas protegidas.

Para la elaboración de la guía de entrevista, se elaboraron preguntas que abordaron temas relevantes como la percepción de la regulación turística, los desafíos legales y ambientales percibidos, así como las posibles soluciones propuestas por las comunidades. Esta guía sirvió como herramienta para dirigir la conversación y asegurar la obtención de información relevante y significativa (Anexo 1).

La recopilación de datos se llevó a cabo a través de la grabación durante la realización de entrevistas con los participantes seleccionados, con el fin de obtener sus opiniones, experiencias y puntos de vista sobre la regulación de la actividad turística en áreas protegidas en Puebla. Este proceso se realizó de manera cuidadosa y respetuosa, garantizando la confidencialidad y el consentimiento informado de los participantes.

Finalmente, el análisis de datos se realizó utilizando técnicas de análisis cualitativo para examinar y codificar el discurso de las comunidades, identificar patrones, temas emergentes y divergencias en las opiniones expresadas. Este análisis permitió obtener una comprensión profunda de las percepciones y actitudes de las comunidades locales hacia la regulación de la actividad turística en áreas protegidas en Puebla.

Resultados

El contexto de investigación

En México, y específicamente en Puebla, la regulación de la actividad turística en áreas protegidas plantea desafíos significativos en términos legales y ambientales. Puebla se destaca por su riqueza natural y cultural, albergando áreas protegidas de gran importancia ecológica y patrimonial.

Según el reporte de la Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas (Conanp), el Estado de Puebla que se encuentra en la región centro y planicie costera (figura 1), cuenta con siete importantes Áreas Naturales Protegidas. La tabla proporciona información sobre diferentes regiones geográficas en las que se encuentran, junto con su ubicación y área en kilómetros cuadrados. El ANP

del Cañón del Río Blanco (figura 2), con un área de 48,800 kilómetros cuadrados, la Cuenca Hidrográfica Río Necaxa (figura 8) que ocupa 42,129 kilómetros cuadrados y el Pico de Orizaba (figura 5) con 19,750 kilómetros cuadrados se sitúan en la planicie costera y Golfo de México. Por otro lado, ubicados en el centro y eje neovolcánico se encuentran el Iztaccíhuatl-Popocatepetl (figura 3), con una extensión de 39,819 kilómetros cuadrados. La Montaña Malinche o Matlalcuéyatl (figura 4), abarca un área de 46,112 kilómetros cuadrados. La Sierra de Huautla (figura 6), con una extensión de 59,031 kilómetros cuadrados. Finalmente, la región de Tehuacán-Cuicatlán (figura 7) abarca una gran área de 490,187 kilómetros cuadrados. Estos datos proporcionan una visión general de la distribución geográfica y el tamaño de estas ANP. Las que resaltan por su belleza natural con potencialidades para el desarrollo del turismo.



Figura 1. Áreas Nacionales Protegidas de Puebla

Fuente: http://sig.conanp.gob.mx/website/pagsig/mapas/serie/mapa_anps.pdf

Tabla 3. Descripción de las Áreas Naturales Protegidas de Puebla

	Región	Área
Cañón del Río Blanco	Planicie costera y Golfo de México	48.800
Iztaccíhuatl-Popocatepetl	Centro y Eje neovolcánico	39.819
La Montaña Malinche o Matlalcuéyatl	Centro y Eje neovolcánico	46.112
Pico de Orizaba	Planicie costera y Golfo de México	19.750
Sierra de Huautla	Centro y Eje neovolcánico	59.031

Tehuacán-Cuicatlán	Centro y Eje neovolcánico	490.187
Cuenca Hidrográfica Río Necaxa	Planicie costera y Golfo de México	42.129



Figura 2. *Cañón del Río Blanco*

Fuente: <https://www.gob.mx/conanp/es/articulos/parque-nacional-canon-del-rio-blanco-importante-refugio-de-aves?idiom=es>



Figura 3. *Iztaccíhuatl-Popocatepetl*

Fuente: <https://www.gob.mx/conanp/es/articulos/parque-nacional-canon-del-rio-blanco-importante-refugio-de-aves?idiom=es>



Figura 4. *La Montaña Malinche o Matlalcuéyatl*

Fuente: <https://www.gob.mx/conanp/es/articulos/parque-nacional-canon-del-rio-blanco-importante-refugio-de-aves?idiom=es>



Figura 5. *Pico de Orizaba*

Fuente: <https://www.gob.mx/conanp/es/articulos/parque-nacional-canon-del-rio-blanco-importante-refugio-de-aves?idiom=es>



Figura 6. Sierra de Huautla

Fuente: <https://www.gob.mx/sectur/articulos/huautla-de-jimenez-oaxaca-212439>



Figura 7. Tehuacán-Cuicatlán

Fuente: <https://www.gob.mx/conanp/documentos/reserva-de-la-biosfera-tehuacan-cuicatlan-209465>



Figura 8. *Cuenca Hidrográfica Río Necaxa*

Fuente: <https://www.gob.mx/semarnat/articulos/rio-necaxa?idiom=es>

En este contexto, la regulación de la actividad turística se vuelve crucial para garantizar la conservación de los recursos naturales, la preservación de la identidad cultural local y el bienestar de las comunidades que habitan la región. Las comunidades de Puebla juegan un papel fundamental en este proceso, ya que su participación activa y sus perspectivas pueden enriquecer las políticas y estrategias de regulación turística.

Es importante considerar los desafíos legales que enfrenta la regulación del turismo en áreas protegidas en México, así como los impactos ambientales derivados de la actividad turística. La búsqueda de un equilibrio entre el desarrollo turístico y la conservación del entorno natural es clave para asegurar la sostenibilidad a largo plazo de la actividad turística en Puebla.

Explorar las percepciones, experiencias y opiniones de las comunidades locales en Puebla sobre la regulación de la actividad turística permitirá identificar desafíos específicos, proponer soluciones contextualizadas y promover un enfoque participativo y sostenible en la gestión del turismo en áreas protegidas.

Percepción de los actores locales

Antecedentes y percepciones iniciales:

La actividad turística en las áreas protegidas de Puebla ha generado diversas percepciones entre los miembros de la comunidad. Por un lado, se ha observado un impacto positivo en la economía local, brindando oportunidades económicas para la comunidad y aumentando la afluencia de visitantes.

“... Por un lado, ha brindado oportunidades económicas para la comunidad...”

“... He notado un aumento en la afluencia de visitantes...”

Sin embargo, estas percepciones iniciales también han estado acompañadas de preocupaciones sobre la conservación del entorno natural y la preservación de la cultura local.

“... por otro, ha generado preocupaciones sobre la conservación del entorno natural y la preservación de nuestra cultura local.”

“... he observado un impacto negativo en la conservación del entorno natural debido a la falta de regulación adecuada.”

Las opiniones de los entrevistados revelan la falta de regulación adecuada, la cual ha generado un impacto negativo en la conservación del entorno natural, lo generando inquietudes sobre el equilibrio entre el desarrollo económico y la protección del patrimonio natural y cultural de la región.

Esta percepción coincide con investigaciones previas que destacan la dualidad del turismo en áreas protegidas como generador de beneficios económicos (Arroyo Arcos et al., 2022), también como una amenaza para la conservación del medio ambiente y la cultura local si estas no se gestionan adecuadamente, (Arizpe Covarrubias et al., 2020). De acuerdo con Quintero-Venegas (2021), el turismo en las ANP se ha desarrollado de forma poco ética, a partir de que el mismo ha respondido a la lógica económica, en detrimento de la preservación ambiental. De igual forma se aborda la falta de financiamiento para los planes de conservación por la falta de coordinación entre los distintos niveles de gobierno: federal, estatal y municipal, (Pinkus Rendón et al., 2014).

Es evidente que la actividad turística en las áreas protegidas de Puebla ha generado una mezcla de beneficios y desafíos, lo que destaca la necesidad de abordar de manera integral los aspectos legales y regulatorios para garantizar un desarrollo sostenible que proteja tanto el entorno natural como la identidad cultural local.

Regulación y desafíos legales:

La regulación y los desafíos legales en el ámbito del turismo en áreas protegidas son temas de suma importancia que requieren atención inmediata. En el caso específico de Puebla, es evidente que la regulación actual es insuficiente, lo que permite la realización de prácticas perjudiciales para el medio ambiente. Los vacíos legales existentes representan una amenaza para la preservación de nuestras áreas protegidas, lo cual es motivo de preocupación.

“... La regulación actual de la actividad turística en Puebla es insuficiente. Existen vacíos legales que permiten prácticas perjudiciales para el medio ambiente.”

Además, la falta de aplicación efectiva de las leyes vigentes agrava la situación, poniendo en riesgo la integridad de estos espacios naturales.

“... Los principales desafíos legales incluyen la falta de aplicación efectiva de las leyes existentes y la necesidad de normativas más estrictas para proteger nuestras áreas protegidas.”

Por otro lado, en Puebla la regulación actual también es insuficiente y poco clara. Los conflictos de competencia entre las autoridades locales y federales dificultan aún más la aplicación efectiva de las normativas existentes, generando un ambiente propicio para el incumplimiento de las leyes ambientales. La falta de coordinación entre los diferentes niveles de gobierno representa un obstáculo adicional que debe ser abordado con prontitud.

“Existen conflictos de competencia entre las autoridades locales y federales, lo que dificulta la aplicación efectiva de las normativas existentes.”

“Entre los principales desafíos legales se encuentran la falta de coordinación entre los diferentes niveles de gobierno y la necesidad de establecer sanciones más severas para quienes incumplen las leyes ambientales.”

Esta percepción resalta la importancia de fortalecer la regulación en áreas protegidas, coincidiendo con estudios anteriores que han señalado la necesidad de una mayor claridad y aplicación efectiva de las normativas existentes, (Íñiguez Dávalos et al., 2014).

Es evidente la necesidad de establecer normativas más estrictas y sanciones más severas para quienes incumplen las leyes ambientales. La protección de las áreas protegidas es un compromiso que debe ser asumido con seriedad por parte de todas las instancias gubernamentales involucradas. Es imperativo trabajar en conjunto para superar estos desafíos legales y garantizar la preservación del patrimonio natural para las generaciones futuras.

Desafíos ambientales y conservación

El turismo en áreas protegidas presenta desafíos ambientales significativos que requieren atención y acción inmediata. La contaminación, la erosión del suelo, la pérdida de biodiversidad y la degradación de los ecosistemas son solo algunos de los impactos negativos derivados de esta actividad.

“Los desafíos ambientales derivados del turismo en áreas protegidas son evidentes, como la contaminación del agua y el suelo, la pérdida de biodiversidad y la degradación de los ecosistemas.”

Por otro lado, según la opinión de los entrevistados, es fundamental encontrar un equilibrio entre el desarrollo turístico y la conservación del entorno natural. Para lograrlo, es imperativo implementar medidas de sostenibilidad, educación ambiental y monitoreo constante de las actividades turísticas. Además, se deben promover prácticas sostenibles entre los visitantes y sensibilizar a la comunidad sobre la importancia de la conservación.

“... para equilibrar el desarrollo turístico con la conservación del entorno natural, es crucial implementar medidas de sostenibilidad.”

“... fortalecer la educación ambiental, con el desarrollo de diferentes programas...”

“Hay que sensibilizar a la comunidad sobre la importancia de la conservación y llevar a cabo un monitoreo constante de las actividades turísticas.”

Esta perspectiva coincide con investigaciones previas que han resaltado la necesidad de estrategias de sostenibilidad y educación ambiental para mitigar los impactos negativos del turismo en áreas protegidas, (Carvache Franco et al., 2022). Un desarrollo turístico acelerado y desordenado puede causar serios estragos a los recursos naturales de las ANP. Actividades como el uso de cuatrimotos, la generación de basura y el saqueo de flora y fauna silvestre, pone en serio peligro el equilibrio ecológico de dichas reservas, (Mora-Olivo et al., 2009). Por otra parte, Arroyo Arcos et al. (2022) propone que se debe fortalecer el marco legal en las ANP mediante las políticas públicas de aprovechamiento turístico. Estas deben incentivar programas educativos que trabajen la relación entre conservación y beneficios económicos.

La mitigación ambiental también juega un papel crucial en la protección de estas áreas, ya que contribuye a minimizar el impacto negativo del turismo, (Pérez Ramírez et al., 2009). Abordar los desafíos ambientales derivados del turismo en áreas protegidas es una tarea compleja, pero esencial para garantizar la preservación de estos valiosos ecosistemas para las generaciones futuras.

Participación comunitaria y soluciones propuestas

El turismo en áreas protegidas presenta desafíos legales que requieren la participación activa de las comunidades locales. A través de la formación de comités consultivos, la promoción de prácticas sostenibles y la colaboración con las autoridades, las comunidades pueden contribuir significativamente a la regulación del turismo.

“Creo que las comunidades pueden participar más activamente en la regulación del turismo a través de la formación de comités consultivos, la promoción de prácticas sostenibles y la colaboración con las autoridades para establecer directrices claras.”

Es fundamental establecer políticas inclusivas que consideren las voces y necesidades de las comunidades locales para abordar los desafíos identificados. Además, la creación de programas de capacitación sobre normativas ambientales, la promoción del turismo comunitario y la inclusión de representantes locales en los procesos de toma de decisiones son acciones clave para una participación más activa.

“Para abordar los desafíos identificados, se necesitan políticas inclusivas que consideren las voces y necesidades de las comunidades locales.”

Para superar los desafíos legales y ambientales, se requiere una mayor colaboración entre las autoridades, las empresas turísticas y la comunidad local, (Palafox Muñoz & Vilchis Onofre, 2019). Se coincide con investigaciones anteriores que han resaltado el papel crucial de la participación comunitaria en la gestión sostenible del turismo en áreas protegidas, (Pinkus Rendón et al., 2014). En este sentido, la colaboración y el diálogo entre todas las partes interesadas son fundamentales para garantizar un turismo sostenible en áreas protegidas.

Impacto social y cultural

El impacto social y cultural del turismo en Puebla ha sido significativo, generando oportunidades económicas, pero provocando cambios en las tradiciones y modos de vida de las comunidades locales. Para preservar la identidad cultural y el bienestar de las comunidades, es fundamental promover un turismo responsable y respetuoso con las costumbres y valores locales. Además, es necesario fomentar programas de intercambio cultural que beneficien tanto a los visitantes como a las comunidades anfitrionas.

“El turismo si bien ha generado oportunidades económicas, también ha traído consigo cambios en nuestras tradiciones y modos de vida...”

“Preservar nuestra identidad cultural, requiere de promover un turismo responsable, respetuoso con nuestras costumbres y valores, y fomentar programas de intercambio cultural que beneficien a ambas partes.”

El desarrollo de un turismo culturalmente sensible, que involucre la participación activa de la comunidad en las decisiones turísticas, y la implementación de programas de educación para la preservación de la herencia cultural, son pasos clave para garantizar un impacto positivo y sostenible del turismo en la región, (Almendarez-Hernández et al., 2016).

Finalmente, en la figura 9 se muestra el mapa mental realizado a partir de los resultados obtenidos en la entrevista a los diferentes actores.



Figura 9. Mapa mental a partir de los resultados de las entrevistas

Fuente: Elaborado con <https://markmap.js.org/repl>

Conclusiones

La actividad turística en áreas protegidas de Puebla presenta una dualidad en sus efectos, si bien brinda oportunidades económicas para la comunidad local, también genera preocupaciones significativas en torno a la conservación del entorno natural y la preservación de la cultura local.

Existe consenso entre los participantes en que la regulación actual de la actividad turística en Puebla es insuficiente y presenta vacíos legales que permiten prácticas perjudiciales para el medio ambiente. Se identifican como principales desafíos legales la falta de aplicación efectiva de las leyes existentes y la necesidad de normativas más estrictas para proteger las áreas protegidas.

Los desafíos ambientales derivados del turismo en áreas protegidas, como la contaminación, la erosión del suelo y la alteración de los ecosistemas locales, son evidentes y requieren medidas urgentes para lograr un equilibrio entre el desarrollo turístico y la conservación.

Se destaca la importancia de la participación activa de las comunidades locales en la regulación del turismo, a través de la formación de comités consultivos, la promoción de prácticas sostenibles y la colaboración con las autoridades para establecer directrices claras. Esto sugiere que las políticas inclusivas que

consideren las voces y necesidades de las comunidades locales son fundamentales para abordar los desafíos identificados.

Referencias bibliográficas

- Almendarez-Hernández, M. A., Sánchez-Brito, I., Morales Zárate, M. V., & Salinas-Zavala, C. A. (2016). Propuesta de cuotas para conservación de un área natural protegida de México. *Perfiles latinoamericanos*, 24(47), 95-120. <https://doi.org/10.18504/pl2447-007-2016>
- Arizpe Covarrubias, O., Juárez Mancilla, J., Cruz Chávez, P. R., & Cruz Chávez, G. R. (2020). turismo en Áreas naturales Protegidas de México: caso Baja California sur. *sustentabilidad y turismo México-Chile*, 151.
- Arroyo Arcos, L., Moo Canul, M. d. J., & Segrado Pavón, R. G. (2022). Percepción social del aprovechamiento turístico en áreas naturales protegidas. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo, São Paulo*, 16, e-2222. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v16.2222>
- Cabral de Medeiros Santana, C. S., Leite do Nascimento, M. A., & Marques Junior, S. (2020). Factores que afectan o apoio dos residentes ao desenvolvimento do turismo em áreas naturais protegidas. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo, São Paulo*, 14(2), 156 – 172. <https://doi.org/10.7784/rbtur.v14i2.1888>
- Carvache Franco, S. M., Erazo Álvarez., J. C., Matovelle Romo, M. M., & Narváez Zurita, C. I. (2022). Motivaciones y segmentación del Ecoturismo como estrategia para fomentar la Educación Ambiental en áreas protegidas marino costeras. *Revista Conrado*, 19(90), 178-185.
- Diario Oficial de la Federación. (2014). *REGLAMENTO DE LA LEY GENERAL DEL EQUILIBRIO ECOLÓGICO Y LA PROTECCIÓN AL AMBIENTE EN MATERIA DE ÁREAS NATURALES PROTEGIDAS*. Secretaría de Medio Ambiente y Recursos Naturales.
- Gobierno de México. (2024). *Áreas Naturales Protegidas de México*. Comisión Nacional de Áreas Naturales Protegidas (Conanp). Retrieved 19/03 from https://www.gob.mx/conanp/es/?_ga=2.226641373.1381016325.1710896070-1409433551.1710896070#1692
- González Ocampo, H. A., Cortés Calva, P., Íñiguez Dávalos, L. I., & Ortega Rubio, A. (2014). Las áreas naturales protegidas de México. *Investigación y Ciencia de la Universidad Autónoma de Aguascalientes*(60), 7-15.
- Íñiguez Dávalos, L. I., Jiménez Sierra, C. L., Sosa Ramírez, J., & Ortega-Rubio, A. (2014). Categorías de las áreas naturales protegidas en México y una propuesta para la evaluación de su efectividad. *Investigación y Ciencia*, 22(60), 65-70. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=67431160008>

-
- López Santillán, Á. A. (2015). Turismo y desarrollo sustentable en áreas protegidas o sobre los "nuevos" contrastes para la producción y el marasmo en el ámbito rural. *Desacatos*(47), 36-53.
- Martínez-Rodríguez, A. A., F, J. L. J., Ortiz Salaz, L., & Galmiche Tejeda, A. (2021). El paisaje como recurso turístico en Áreas Naturales Protegidas: Caso Ranchería Chilapa 2da. Sección (Cañaveralito), Centla, Tabasco. *Ecosistemas y Recursos Agropecuarios*(Núm. Esp. I), e2680. <https://doi.org/10.19136/era.a8n1.2680>
- Mora-Olivo, A., Martínez-Ávalos, J. G., González-Rodríguez, L. E., & Garza-Torres, H. A. (2009). El turismo en áreas naturales protegidas en Tamaulipas. *CienciaUAT*, 4(1), 30-35. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=441942917004>
- Palafox Muñoz, A., & Vilchis Onofre, A. A. (2019). Turismo y Áreas Naturales Protegidas en México: una aproximación a su estudio desde la ecología política. *Rev. Anais Bras de est Tur/ ABET*, 9, 1-12.
- Pérez Ramírez, C., Zizumbo Villarreal, L., & González Vera, M. (2009). Impacto ambiental del turismo en áreas naturales protegidas; procedimiento metodológico para el análisis en el Parque Estatal El Ocotil, México. *El Periplo Sustentable*(16), 25-56. www.psus.uaemex.mx
- Pinkus Rendón, M. J., Pinkus Rendón, M. Á., & Ortega-Rubio, A. (2014). Recomendaciones para el manejo sustentable en las áreas naturales protegidas de México. *Investigación y Ciencia*, 22(60), 102-110. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=67431160013>
- Quintero-Venegas, G.-J. (2021). La valoración poshumanista del ecoturismo en México a partir de los discursos ambientales y de la historia de las Áreas Naturales Protegidas. *Letras Verdes, Revista Latinoamericana de Estudios Socioambientales*(29), 117-135. <https://doi.org/10.17141/letrasverdes.29.2021.4746>

Anexo 1

Guion de entrevista

1. Antecedentes y percepciones iniciales:

- ¿Podrías compartir tu experiencia y percepción sobre la actividad turística en las áreas protegidas de Puebla?
- ¿Qué impacto crees que ha tenido el turismo en tu comunidad y en el entorno natural?

2. Regulación y desafíos legales:

- ¿Cómo percibes la regulación actual de la actividad turística en las áreas protegidas de Puebla?
- ¿Cuáles consideras que son los principales desafíos legales que enfrenta la regulación del turismo en estas áreas?

3. Desafíos ambientales y conservación:

- ¿Qué desafíos ambientales crees que surgen a raíz de la actividad turística en áreas protegidas?
- ¿Cómo crees que se puede equilibrar el desarrollo turístico con la conservación del entorno natural en Puebla?

4. Participación comunitaria y soluciones propuestas:

- ¿Cómo crees que las comunidades locales pueden participar más activamente en la regulación de la actividad turística?
- ¿Qué soluciones o propuestas consideras que podrían abordar de manera efectiva los desafíos legales y ambientales identificados?

5. Impacto social y cultural:

- ¿Cómo percibes el impacto social y cultural del turismo en las comunidades de Puebla?
- ¿Qué medidas crees que podrían tomarse para preservar la identidad cultural y el bienestar de las comunidades locales en el contexto del turismo?

Capítulo IX. Producción científica y avances temáticos en la seguridad turística en etapa de pandemia: un análisis bibliométrico



PRODUCCIÓN CIENTÍFICA Y AVANCES TEMÁTICOS EN LA SEGURIDAD TURÍSTICA EN ETAPA DE PANDEMIA: UN ANÁLISIS BIBLIOMÉTRICO

Producción científica y avances temáticos en la seguridad turística en etapa de pandemia: un análisis bibliométrico

Eddy Soria-Leyva

Iberoestar Hotels and Resorts

<https://orcid.org/0000-0001-9999-5850>
eddysoria@outlook.com

Marilka Iserns-Escalona

Universidad de Holguín

<https://orcid.org/0009-0000-0164-3655>
iserns.mary@gmail.com

Miguel Ángel González-Infante

Universidad de Holguín

<https://orcid.org/0000-0002-6317-9234>
gonzalezinfantemiguel@gmail.com

Como citar: Soria-Leyva, E., Iserns-Escalona, M., & González-Infante, M. A. (2024). Producción científica y avances temáticos en la seguridad turística en etapa de pandemia: un análisis bibliométrico. In *Perspectivas multidisciplinarias del turismo: Desafíos y oportunidades en Cuba y México* (pp. 139-157). Ciencia Digital. <http://libros.cienciadigital.org/index.php/CienciaDigitalEditorial/catalog/book/>

Resumen

El objetivo principal fue examinar el crecimiento y la relevancia de la investigación en seguridad turística, destacando tendencias, actores clave y áreas para futuras investigaciones. Se llevó a cabo un análisis exhaustivo de la producción científica, identificando revistas influyentes, países destacados en la investigación, autores prolíficos, instituciones relevantes y tendencias temáticas. Se utilizó un enfoque visual que incluyó mapas conceptuales y análisis temáticos. Se observa un aumento significativo en la investigación, con un pico del 52,7% en 2021 y una proyección de crecimiento para 2022. Se identificaron 159 revistas influyentes y se destacó la relevancia de países como Estados Unidos, China, España, Australia e India. Ecuador sobresale como el país latinoamericano con mayor producción científica en comparación con México y Brasil. Además, se identificaron diez autores prolíficos y se destacaron las instituciones líderes en la producción científica. El análisis temático reveló tendencias importantes como la seguridad en tiempos de crisis, la percepción del riesgo y la sostenibilidad en el ámbito turístico. Se propusieron líneas de investigación futuras, como el impacto de las enfermedades en las decisiones de las personas, la adaptación de la industria turística a la nueva normalidad, el papel de la tecnología en la seguridad

turística y la gobernanza de destinos turísticos. Se ofrece una visión completa de la producción científica sobre seguridad turística en tiempos de pandemia, señalando áreas clave para investigaciones futuras.

Palabras clave: Seguridad, Turismo, Covid-19, Pospandemia, salud

Abstract

The main objective was to examine the growth and relevance of tourism safety research, highlighting trends, key players and areas for future research. A comprehensive analysis of scientific production was carried out, identifying influential journals, leading research countries, prolific authors, relevant institutions and thematic trends. A visual approach including concept maps and thematic analysis was used. A significant increase in research is observed, with a peak of 52.7% in 2021 and a growth projection for 2022. A total of 159 influential journals were identified and the relevance of countries such as the United States, China, Spain, Australia and India was highlighted. Ecuador stands out as the Latin American country with the highest scientific production in comparison with Mexico and Brazil. In addition, ten prolific authors were identified and the leading institutions in scientific production were highlighted. The thematic analysis revealed important trends such as security in times of crisis, risk perception and sustainability in tourism. Future lines of research were proposed, such as the impact of diseases on people's decisions, the adaptation of the tourism industry to the new normal, the role of technology in tourism security and the governance of tourism destinations. A comprehensive overview of the scientific production on tourism safety in times of pandemic is offered, pointing out key areas for future research.

Keywords: Safety, Tourism, Covid-19, Pospandemic, health

Introducción

La industria de la hospitalidad, se encuentran entre algunos de los más afectados negativamente por la pandemia de COVID-19 (Pascual & Cain, 2022). Hasta diciembre de 2022 según la (World Health Organization, 2022) refiere que se han confirmado un total de 641 millones de casos confirmados y más de 6,6 millones en todo el mundo. La tendencia actual es a un decrecimiento de casos confirmados y muertes en las diferentes regiones del mundo a diferencia de las Américas (+14%) quien en la última etapa enfrenta un rebrote de la pandemia y por tanto un aumento en el número de contagios. Por países, el mayor número de nuevos casos semanales se notificó en Japón (749 895 casos nuevos; + 7 %), Francia (385 716 casos nuevos; +38 %), República de Corea (370 574 casos nuevos; -2 %), Estados Unidos de América (296 333 casos nuevos; -1 %) y Brasil (188 043 casos nuevos; +25%). Sin embargo, el cambio de estrategias de prueba de COVID-19 por los diferentes países conducen a una interpretación con cautela de estas tendencias, teniendo en cuenta que se realiza una menor

cantidad de pruebas y como resultado se revela una menor cantidad de casos detectados.

Cuando los reportes actuales han informado que no todos los tipos de vacunas contra el COVID-19 son efectivos contra todos los COV, e incluso cuando hay evidencia de efectividad; no es 100%. Requiere que los turistas sean cautelosos y conscientes de los destinos que eligen para las diversas formas de visitas turísticas, incluso cuando ya hayan recibido un tipo particular de vacuna contra el COVID-19. (Atsa'am & Wario, 2021)

El control de las diferentes regiones del mundo ha permitido recuperación de la actividad turística. Según reporte de la (Organización Mundial del Turismo, 2022) el sector se situó casi al 60% de los niveles anteriores a la pandemia. Esta recuperación constante es reflejo de la fuerte demanda reprimida de viajes internacionales, así como de la flexibilización o el levantamiento de las restricciones de viaje hasta la fecha (a 19 de septiembre de 2022, donde 86 países ya no tienen restricciones relacionadas con la COVID-19).

Sin embargo, en los últimos tiempos, la pandemia de Covid-19 ha dado a los turistas de todo el mundo más motivos de preocupación por los problemas de seguridad. El turismo, debido a su naturaleza transfronteriza, introduce nuevas enfermedades que pueden propagarse por todo el mundo, y el propio riesgo de enfermedad puede cambiar el comportamiento de los turistas. Esto se debe principalmente a que muchos temen el riesgo para su salud por la posibilidad de contraer enfermedades. Un estudio reciente sugiere que la pandemia de Covid-19 puede cambiar los hábitos de viaje de los turistas y afectar su forma de pensar y sentir. (Petruzzi & Marques, 2022)

La pandemia afecta tanto a la demanda como a la oferta. Por el lado de la demanda, los turistas temen la infección, y lidiar con nuevas percepciones de riesgo de viajar puede disminuir su disposición a viajar. Por el lado de la oferta, muchas organizaciones de turismo y hostelería, como hoteles, restaurantes y museos han tenido que cerrar (Petruzzi & Marques, 2022).

Cuando la amenaza percibida de COVID-19 es alta, es probable que los viajeros busquen seguridad al aumentar su propensión a elegir opciones intermedias y no extremas en la planificación de viajes (Kim et al., 2022). El turismo, en este contexto de pandemia, se vuelve más sensible a las cuestiones de seguridad y protección con turistas cada vez más preocupados por los riesgos para la salud y la propagación de la enfermedad. Dichos aspectos pueden influir en el comportamiento de los turistas y sus procesos de toma de decisiones, lo que se traduce en diferentes impactos en el desarrollo y mantenimiento de las organizaciones de turismo y hotelería (Petruzzi & Marques, 2022).

En tal sentido, la seguridad, como una necesidad básica de los turistas, ha sido destacada en gran parte de la literatura sobre hotelería y turismo. La seguridad es un tema representativo en la toma de decisiones de los turistas. se construye en torno a la percepción de riesgo en el destino, aunque no esté directamente relacionado con el turismo. En consecuencia, fortalecer las medidas de

seguridad es fundamental para el desarrollo sostenible de muchas organizaciones en el contexto del turismo y la hospitalidad. La seguridad en los viajes se refiere al grado de riesgo que un turista puede tolerar durante el viaje. que se mide pidiendo a los turistas que expresen sus opiniones sobre la sensación de seguridad en temas como la estancia en los alojamientos. (Petruzzi & Marques, 2022)

Bibliometría y turismo

La bibliometría según (Díaz-Pompa et al.) gana adeptos en el campo del turismo, esta tendencia se aprecia a partir del crecimiento exponencial y grado de actualidad de las investigaciones relacionadas con este campo de investigación. La incursión en períodos, mediante la realización de estos estudios bibliométricos son de gran importancia para el seguimiento de tendencias en el campo de estudio en cuestión y para evaluar la contribución de estas tendencias al progreso del conocimiento científico (Zengin & Atasoy, 2021).

(Davahli et al., 2020) presentan un estudio en el que analizan la industria de la hospitalidad de cara a la pandemia de Covid-19. El estudio abarca los primeros siete meses desde la expansión de la pandemia a nivel global y realizan un análisis general de las principales investigaciones obtenidas. Entre los principales resultados se encuentran la determinación de seis grupos temáticos: entre los que se encuentran la simulación y modelación del panorama, El diseño de instrumentos, reportes del impacto de la pandemia, comparación con las crisis previas de salud, la medida del impacto de la pandemia COVID-19, y la propuesta de diferentes acciones remediadoras (discutiendo reanudación de actividades) de la gerencia.

(Menon et al., 2021) El estudio revisa las investigaciones pertinentes para la hospitalidad y el turismo y COVID-19. La búsqueda se realizó en la base de datos Scopus en el período de enero de 2020 a abril de 2021. Entre los principales hallazgos se encuentran la determinación de cinco tendencias fundamentalmente, entre la que se encuentran: el impacto económico y análisis de la demanda; el turismo y la fuerza de trabajo/empleados; consumidores y estudios de clientes/turistas; gestión de crisis, resiliencia y transformación de la industria turística y turismo y educación.

Estas pesquisas muestran el crecimiento científico y constituyen valiosas herramientas teóricas, metodológicas y prácticas para ampliar este campo de investigación por parte de los investigadores. No obstante, las principales limitaciones se encuentran en el grado de obsolescencia, el periodo objeto de estudio, las bases de datos analizadas o el contexto objeto de estudio. En consecuencia, estas limitaciones ponderan la pertinencia de la presente investigación.

La que tiene como objetivo analizar la producción científica de la seguridad en el turismo y la hospitalidad.

Metodología

El mapeo de producción científica acerca de la seguridad en el turismo y la hospitalidad se realizó con el empleo de la bibliometría, con la aplicación de un set de métodos estadísticos para delinear la estructura de campos científicos a través de los indicadores de las publicaciones y la dinámica de estos campos (Pérez-Labrada et al., 2022).

Para asegurar la transparencia y sistematización para la operacionalización de la investigación, las etapas de desarrollo del proceso metodológico se muestran en la figura 1, este fue esbozado siguiendo las recomendaciones de (Pérez-Labrada et al., 2022).

Para llevar a cabo el análisis de la producción científica sobre la seguridad turística en el periodo de estudio de 2017 a 2022, se propone utilizar una metodología que combine técnicas de análisis bibliométrico. En primer lugar, se realizó una búsqueda exhaustiva en la base de datos Scopus utilizando términos relacionados con la seguridad turística, como "turismo seguro", "seguridad en destinos turísticos", "protección al turista", entre otros. Posteriormente, se aplicaron filtros para seleccionar únicamente artículos científicos publicados en el periodo de estudio.

Una vez recopilada la información, se procedió al procesamiento de los datos utilizando la herramienta R-cloud, la cual permitió realizar un análisis bibliométrico detallado de la producción científica. Se emplearon técnicas de visualización de datos para identificar patrones, tendencias y relaciones entre los diferentes artículos, autores, revistas y palabras clave relacionadas con la seguridad turística.

Adicionalmente, se llevó a cabo un análisis de contenido de los artículos seleccionados para identificar las principales temáticas abordadas en la literatura científica sobre seguridad turística. Este análisis permitió identificar áreas de investigación prioritarias, así como posibles lagunas o áreas de oportunidad para futuros estudios.

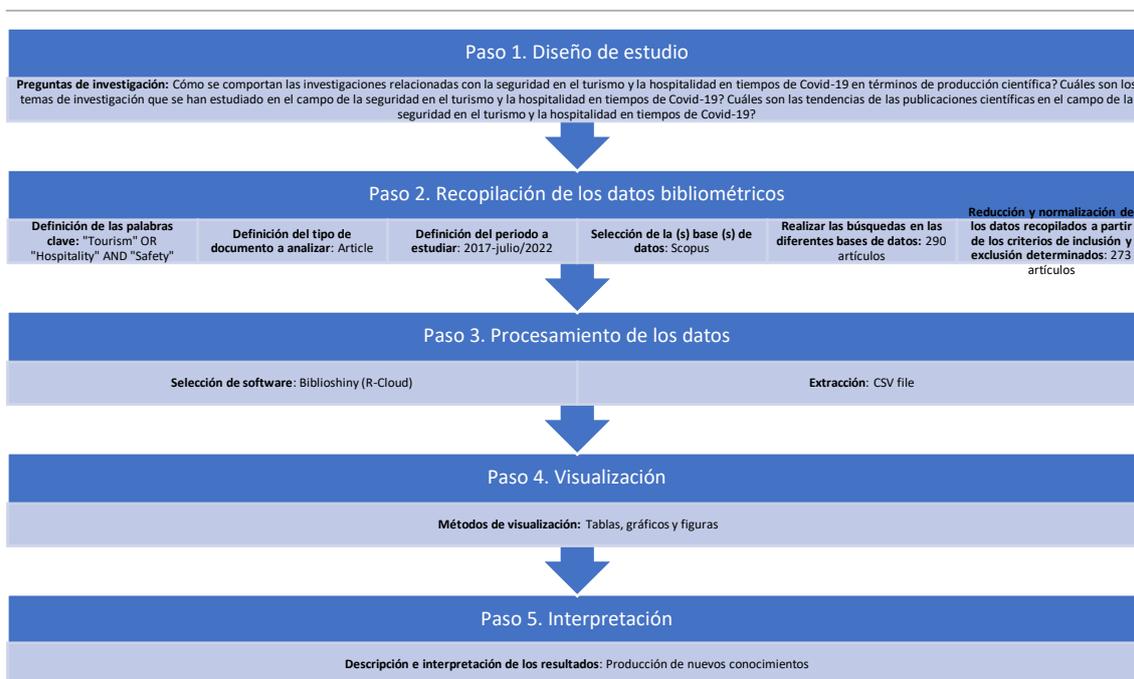


Figura 1. *Diseño de la investigación*

El análisis de la tabla 1 proporciona información relevante sobre los datos utilizados en el período de tiempo comprendido entre 2017 y 2022. Se identificaron un total de 159 fuentes, que incluyen revistas, libros, entre otros, de los cuales se recopilaban 273 documentos. El promedio de años desde la publicación de los documentos es de 0,853, lo que sugiere que la mayoría de los datos son recientes. Además, se observa un promedio de 9,531 citas por documento, así como un promedio de 4,088 citas por año por documento, lo que indica un nivel significativo de interés y relevancia en la comunidad académica.

En cuanto a los tipos de documentos, se encontró que la totalidad de los 273 documentos son artículos. En relación con el contenido de los documentos, se identificaron 869 palabras clave adicionales (Keywords Plus) y 1049 palabras clave proporcionadas por los autores (Author's Keywords), lo que denota una amplia gama de temas abordados en la investigación.

En cuanto a los autores, se identificó la participación de 906 individuos en la producción de los documentos, con un total de 975 apariciones. De estos autores, 37 han contribuido de forma individual en la redacción de los documentos, mientras que 869 han colaborado con otros autores en la elaboración de estos. Esto sugiere un alto nivel de colaboración entre los autores en la producción científica.

Al analizar la colaboración entre autores, se observa que el índice de colaboración es de 3,68, lo que indica un nivel significativo de interacción entre los autores. Además, se identificó que, en promedio, cada autor ha contribuido con 3,32 documentos y que cada documento cuenta con la participación de 3,57 autores, lo que resalta el carácter colaborativo de la producción científica en el campo analizado.

Tabla 1. Información resumida del conjunto de datos

Description	Results
MAIN INFORMATION ABOUT DATA	
Timespan	2017:2022
Sources (Journals, Books, etc)	159
Documents	273
Average years from publication	0,853
Average citations per documents	9,531
Average citations per year per doc	4,088
References	16385
DOCUMENT TYPES	
article	273
DOCUMENT CONTENTS	
Keywords Plus	869
Author's Keywords (DE)	1049
AUTHORS	
Authors	906
Author Appearances	975
Authors of single-authored documents	37
Authors of multi-authored documents	869
AUTHORS COLLABORATION	
Single-authored documents	37
Documents per Author	0,301
Authors per Document	3,32
Co-Authors per Documents	3,57
Collaboration Index	3,68

Resultados

Producción científica por años

La consulta permitió recuperar un total de 273 documentos en el período de 2017 al primer semestre de 2022 (Figura 2). Los hallazgos muestran que la

investigación sobre la seguridad turística en tiempos de pandemia crece drásticamente. Su tasa de crecimiento promedio encuentra un pico del 52,7% en el 2021 y en lo que va del 2022 se supera la media del total de las investigaciones por lo que se espera se supere el número de investigaciones del 2021.

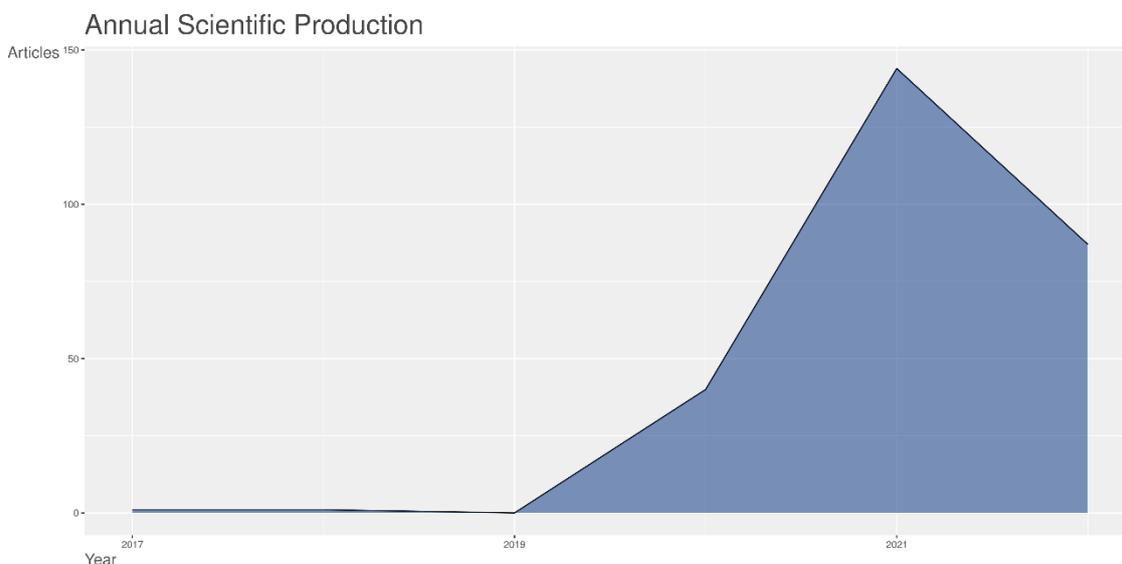


Figura 2. Producción científica por años

Revistas científicas más influyentes

Un total de 159 revistas dan cobertura a las 273 publicaciones científicas, las más representativas por la cantidad de manuscritos publicados se presentan en la figura 3. Entre estas, Sustainability (Switzerland), International journal of environmental research and public health, International journal of hospitality management, Worldwide hospitality and tourism themes, Current issues in tourism, International journal of contemporary hospitality management, Journal of environmental management and tourism, Journal of hospitality and tourism management, Geojournal of tourism and geosites, International journal of tourism cities y Journal of tourism futures tienen los niveles más altos de productividad, con cinco o más publicaciones sobre el campo de investigación.

Tourism management, Annals of tourism research, Journal of travel research, International journal of hospitality management, Sustainability, y Current issues in tourism se distinguen del resto por el número de citas locales. con investigaciones ampliamente diseminadas por la comunidad científica del área excediendo las 180 citas cada una de ellas. EL análisis de las citas locales es importante pues esta refleja el número de citas alcanzadas por cada una de estas revistas dentro del área de investigación (Cuccurullo et al., 2016).

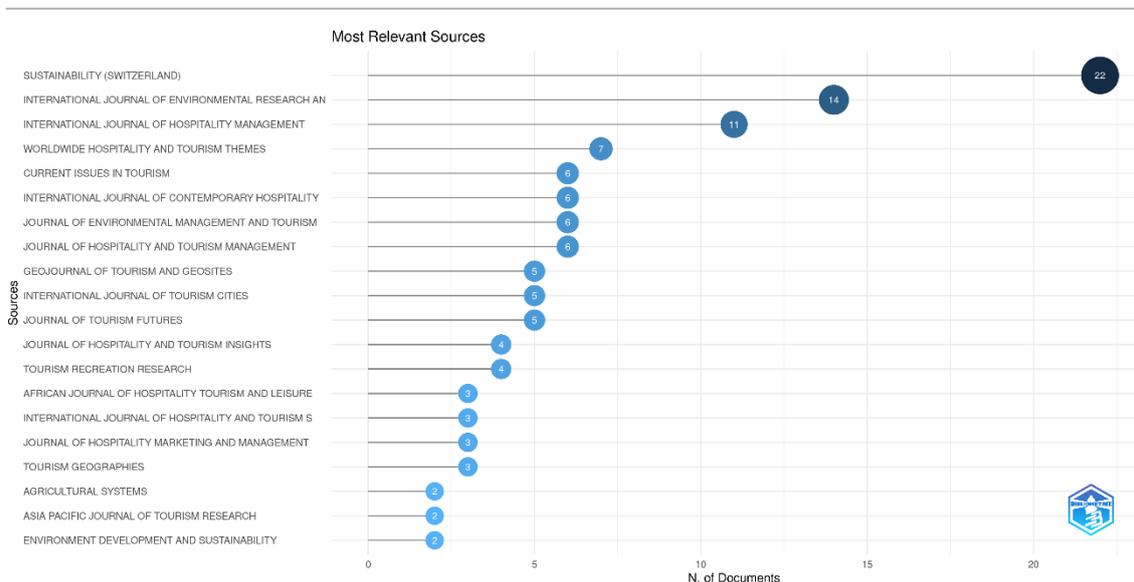


Figura 3. Revistas más relevantes

Publicación científica por regiones/países

En la figura 4, se muestra la producción científica del mundo sobre seguridad turística en tiempos de pandemia, los territorios con los tonos azul más intensos son los que cuentan con los registros más altos de publicaciones. Aparece, por consiguiente, que el tema está muy extendido alrededor del mundo, con relevancia significativa en los Estados Unidos de América (107), China (95), España (76), Australia (72) e India (47), lo que se consideran como los países más productivos en la base de datos seleccionada. Un aspecto que llama la atención entre los hallazgos encontrados es que del contexto latinoamericano Ecuador es el país de Latinoamérica que más producción científica tenga respecto a países como México y Brasil exponentes en el desarrollo turístico y en la producción científica en temas relacionados con el turismo en el área.

Country Scientific Production

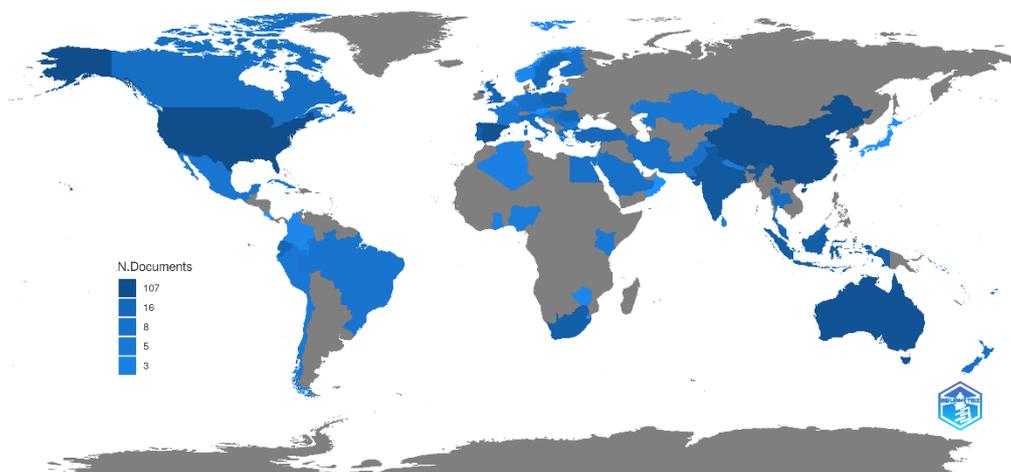


Figura 4. Producción científica por países

Autores más prolíficos

Entre los 906 autores identificados, diez fueron considerados lo más productivos en el campo (tres o más publicaciones) en el período que se realiza el estudio, responsable de publicar aproximadamente 11,3% de los registros totales analizados (figura 5). En general, estos autores investigan temas diferentes relacionados con el campo de investigación, como liderazgo y responsabilidad social de los recursos humanos (He et al., 2021; Zhang et al., 2020); Impacto del Covid-19 (Uglis et al., 2021); Papel de la seguridad en la decisión (Kim et al., 2022); Costos sociales durante la pandemia (Qiu et al., 2020); Gestión de hoteles urbanos y rurales (Robina-Ramírez et al., 2022); Recuperación del turismo rural durante el Covid-19 (Wang et al., 2022).

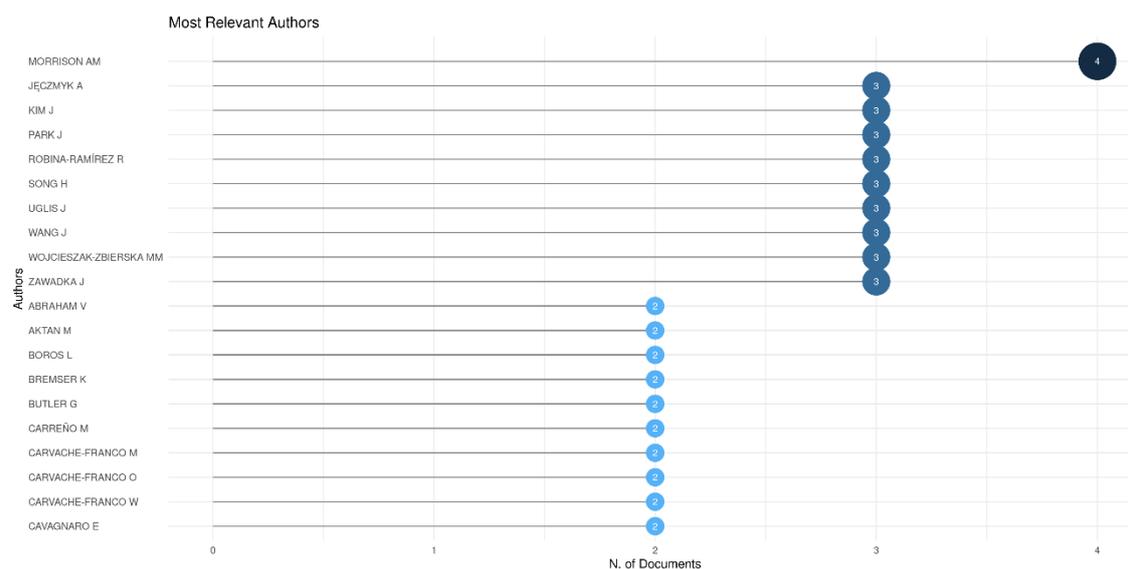


Figura 5. Autores más relevantes en el campo de investigación

Representación visual de los académicos prolíficos en relación con su país y área de interés específica

El Plot de tres campos (figura 6) es un cuadro compuesto por 3 elementos, a saber, el país de los autores, una lista con los nombres de los autores más prolifos y los descriptores temáticos empleados. Los tres elementos están conectados por un plot gris que relaciona cada uno de estos elementos. A partir del país de los autores, se muestran los autores que se relacionan por países, luego cada autor sale a la vista con el tema que a menudo investigan. El tamaño del rectángulo ilustra la cantidad de publicaciones asociadas con cada uno de estos elementos.

En cuanto a los países representativos de los autores más prolifos. Se identifican 11 países con destaque para Polonia, España, Korea y China como los países más productores. Polonia, Rumania y Sudáfrica destacan como países que no tienen relaciones o colaboran con otros países para el desarrollo de investigaciones, pero cuenta con investigadores con una alta producción científica. El resto de los países muestran que existe colaboración entre cada uno de ellos con destaque para España como el país que más colaboraciones

tiene con investigadores de otros países. Después, en el segundo elemento en la mitad de la imagen, se muestra el nombre del autor. Donde hay varios autores que son asociados a los países. Además, el autor también se relaciona con palabras claves que han sido más empleadas. En el estudio 20 investigadores sobresalientes se inscribieron en este plot. El tamaño del rectángulo indica la cantidad respectiva de publicaciones de investigación de cada autor. Y finalmente aparecen los descriptores temáticos o los temas más abordados por los diferentes investigadores. Los autores de este estudio en su mayor parte publican temas relacionados con la Covid-19, seguridad, opciones del destino, percepción del riesgo e intención de viaje.

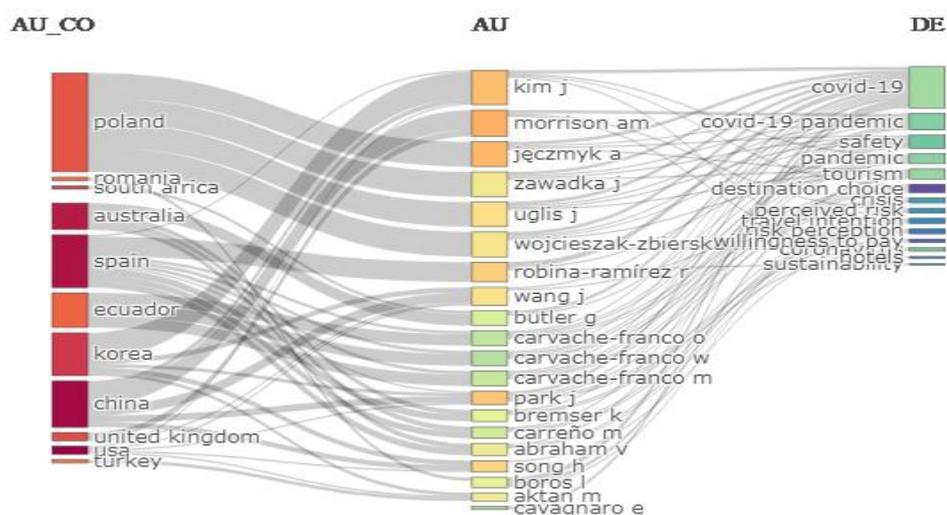


Figura 6. Relación de países, autores y palabras clave

Instituciones, coautoría y red de colaboración

La figura 7 muestra las 20 afiliaciones más pertinentes y que han impulsado el desarrollo del campo de investigación. University of Central Florida, Poznań University of life sciences, Flinders University (Australia), The Hong Kong Polytechnic University (China), Griffith University (Australia), Huaqiao University (China) y University of Johannesburg (South Africa) lideran la lista con más de 8 artículos publicados. Es interesante que dentro de las siete instituciones más productoras de investigaciones una pertenece a los Estados Unidos y la segunda a Polonia, no obstante, dos instituciones de Australia y China aparecen entre las más productoras.

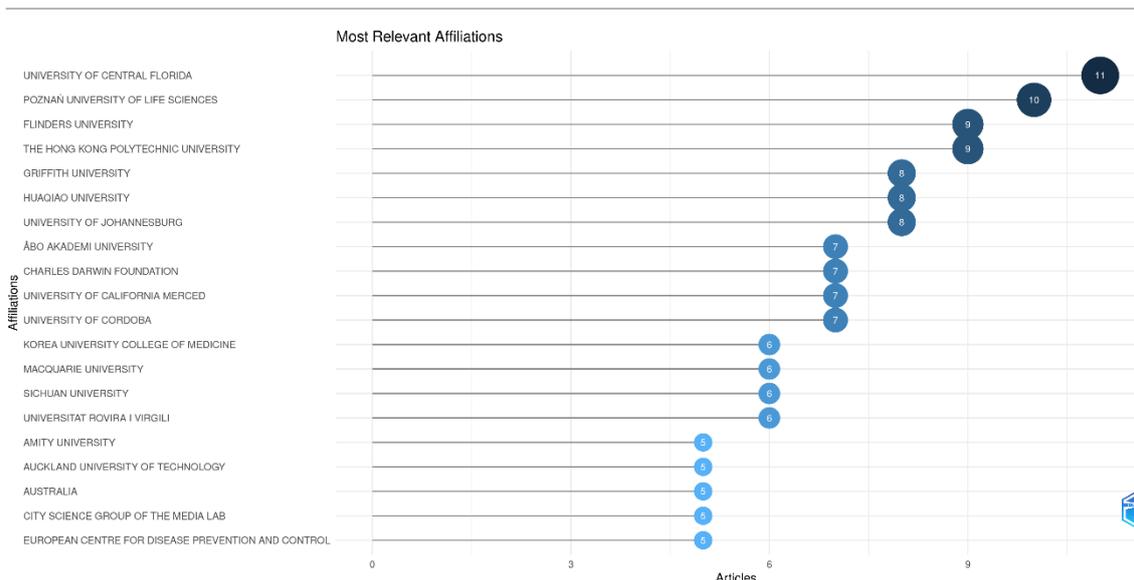


Figura 7. Afiliaciones más relevantes

Análisis temático

El Word Tree Map (Figura 8) exhibe en cuadros los diferentes descriptores temáticos a partir de la frecuencia de aparición en los diferentes documentos. El análisis de las palabras clave de los autores constituye una herramienta fundamental para determinar los temas que constituyen tendencias y el enfoque de los académicos respecto al objeto de investigación. Las áreas más grandes del mapa representan los descriptores claves más empleados en cuanto a la seguridad turística en tiempos de Covid-19. Los hallazgos muestran la evolución de este campo de investigación. Una de las principales tendencias está determinada por los estudios relacionados con la seguridad a partir del enfrentamiento a las crisis generadas por el Covid-19 y su gestión. Otra línea de investigación se relaciona con la seguridad a partir de los riesgos y la percepción de estos. Por otra parte, se encuentran los estudios relacionados con el comportamiento del consumidor determinado por la intención de viaje y la voluntad de pago a partir de la seguridad que se le brinda desde los destinos y organizaciones a los clientes, en este caso son mayores las investigaciones en organizaciones hoteleras. Finalmente, se encuentra como tendencia los estudios relacionados con la sostenibilidad y las estrategias para garantizar la seguridad de los clientes.

Desde el análisis del Trend Topics se puede conocer mejor los temas de tendencia en términos de ocurrencia de palabras clave en la literatura relacionada con la seguridad turística en tiempos de Covid-19. Aunque las palabras clave de muchos autores aparecen en la figura 9 el análisis muestra la disposición jerárquica de los temas en torno al tema objeto de investigación discutidos por los investigadores por años. Desde este punto de vista existe coincidencia que las tendencias más actuales se relacionan con los estudios de percepción del riesgo, la intención de viaje y la voluntad de pago dentro de la industria turística.

Mapa de la estructura conceptual

A través del análisis de correspondencia múltiple (Chang et al. 2020) se esboza la estructura conceptual del campo de investigación con el objetivo de identificar grupos de documentos que expresan conceptos comunes (Aria & Cuccurullo, 2017). El análisis de co-palabras se representan en un mapa bidimensional donde los datos son interpretados teniendo en cuenta las posiciones relativas de los puntos y su distribución a lo largo de las dimensiones; a medida que las palabras tienen una distribución más similar, más cerca se representan en el mapa (Aria & Cuccurullo, 2017).

La representación de la estructura conceptual relacionada con el objeto de investigación en la base de datos Scopus muestra en la figura 10 que se han conformado dos clústeres. El primer clúster cuenta con 20 palabras claves (color azul). Teniendo en cuenta la distribución de las palabras claves dentro de este, evidencia que las palabras que más se han relacionado dentro de los artículos guardan relación con los factores epidemiológicos, el control de la pandemia y los viajes. Más distantes en el plano lo que representa que han sido poco abordados en las investigaciones se encuentran la salud pública, el turismo y la gobernanza.

El segundo clúster está conformado por 20 palabras clave (color rojo), en el plano se puede apreciar que existe una mayor concentración y cercanía entre las palabras clave, lo que evidencia que éstas en su conjunto han sido tratadas por un mayor número de investigaciones. De acuerdo al grado de cercanía se puede apreciar que la industria de la hospitalidad, los destinos turísticos, la seguridad, la psicología, los estudios del comportamiento de los viajes y del consumidor, el impacto económico, la gestión turística y Covid-19 son los más analizados. Ocupan una posición periférica en el clúster la percepción del riesgo, el desarrollo turístico, el turismo económico y las epidemias.

Por otra parte, las palabras más cercanas al punto centro del plano señala que han recibido mayor atención en estos últimos años (Cuccurullo et al., 2016). En este caso se encuentra la seguridad, covid-19, la hospitalidad y el turismo.

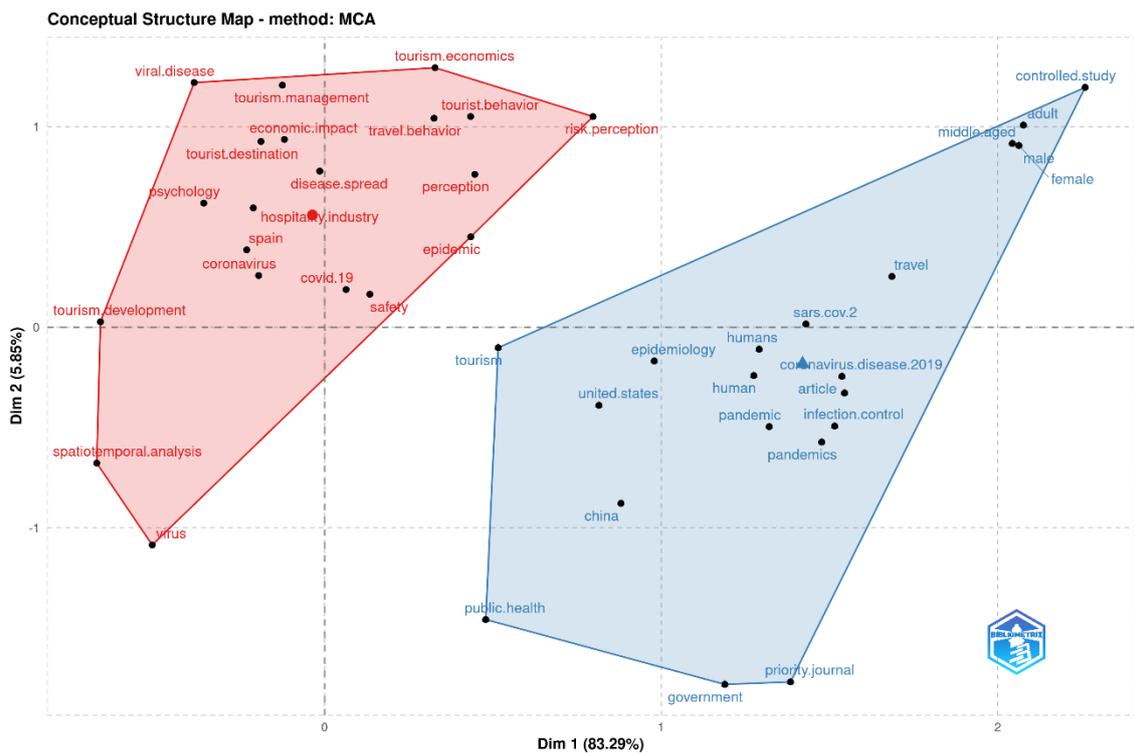


Figura 10. Factorial analysis of conceptual structure map-method: MCA of high-frequency keywords

Mapa estratégico de los temas de investigación

El objetivo de realizar el mapa temático es conocer el estado actual del campo de investigación y su sostenibilidad futura. Este análisis permite proporcionar conocimientos a los investigadores y a las partes interesadas sobre las posibilidades de desarrollo futuro de la investigación en áreas temáticas dentro de un campo de investigación (Cobo et al., 2018).

El análisis temático se realiza a partir de las palabras clave de los autores y sus interconexiones para identificar temas. Estos temas se caracterizan por dos medidas fundamentales (densidad y centralidad). La densidad se representa en el eje vertical, mientras que la centralidad ocupa el eje horizontal (Cobo et al., 2011).

A partir de ambas medidas, en la figura 11 se aprecia como el campo de investigación relacionado con la seguridad en tiempos de Covid-19 se visualiza como un conjunto de temas de investigación, y son mapeados en un diagrama estratégico bidimensional y son clasificados en 4 grupos, a saber:

El primer grupo o cuadrante 1 (superior derecho) contiene los temas que están bien desarrollados y son importantes para la estructura del campo de investigación. Se caracterizan por tener fuerte centralidad y alta densidad y se denominan como temas motores de la especialidad (Cobo et al., 2018). En este cuadrante se evidencian tres nodos fundamentales en orden se encuentra el primer nodo integrado por la seguridad y la pandemia de la Covid-19, el segundo nodo está conformado por la industria de la hospitalidad, intención de viaje y

trabajo seguro y el tercer nodo guarda relación con la seguridad alimentaria, los riegos y la sostenibilidad.

El segundo grupo o cuadrante 2 (superior izquierdo) incluye los temas que son muy especializados y periféricos por lo que su grado de importancia es marginal para el campo de investigación. Se caracterizan por tener vínculos internos bien desarrollados pero vínculos externos sin importancia (Cobo et al., 2018). En este caso se encuentran definidos cuatro nodos, de acuerdo la ubicación de cada uno de ellos encontramos el primer nodo conformado por las palabras clave epidemias, equidad y gobernanza; el segundo nodo estrategia, economía y nueva normalidad; el tercer nodo fuerza de los eventos de Covid-19, la organización y la seguridad psicológica.

El tercer grupo o cuadrante 3 (inferior izquierdo) está compuesto por los temas que están emergiendo o desapareciendo. Los temas de este cuadrante tienen baja densidad y baja centralidad lo que significa que están poco desarrollados y son marginales (Cobo et al., 2018). Con estas características se encuentran dos nodos, el primero está conformado por los descriptores segmentación, satisfacción del cliente y post-pandemia, nodo que tiene mucha cercanía al cuadrante 4 y el segundo nodo está relacionado con los pronósticos del impacto de Covid-19.

El cuarto grupo o cuadrante 4 (inferior derecho) circunscribe los temas transversales y generales, denominados temas básicos, estos se caracterizan por ser temas importantes para un campo de investigación, pero no están desarrollados (Cobo et al., 2018). En este cuadrante se hallan 5 nodos, el primero de ellos relaciona el Covid, turismo y hospitalidad; el segundo la intención de viaje, la percepción del riesgo y la voluntad de pagar; el tercero está integrado por la pandemia y los hoteles, el cuarto ocupa los temas relacionados con la imagen de destino y el quinto por la gestión de crisis, Inteligencia artificial, la satisfacción y bioseguridad.

Aspectos por explorar

A partir del análisis realizado en la presente investigación los autores proponen a la luz del desarrollo alcanzado respecto a la seguridad turística en tiempos de Covid-19 algunas líneas de investigación en las que se pueden profundizar y que constituyen temas novedosos. Estos pueden incluir la política, la economía, el medio ambiente, las ciencias sociales, el marketing y otros campos. Por ejemplo, solo unos pocos estudios han examinado los impactos de las amenazas de enfermedades en las elecciones fundamentales de las personas o en las tendencias de toma de decisiones. El estudio de los nuevos segmentos de mercado que emergen a partir de los cambios y transformaciones que ocurren en la sociedad a partir del impacto del Covid-19, la crisis económica a nivel global y la lucha armamentista.

La adaptación de la industria turística al nuevo contexto signado por la crisis generada por el Covid-19 y la capacidad de innovación transformadora que garantice la seguridad de los viajeros.

El papel de la tecnología para garantizar la seguridad turística, normalizar la vigilancia, garantizar la salud y la seguridad, recopilar y analizar datos personales para una rápida toma de decisiones. El impacto de la comunicación y las redes sociales en la seguridad turística.

Los estudios de la demanda turística: interrupciones significativas y riesgos para la salud en sus viajes y planes de reservas. La investigación también debe examinar y comprender las experiencias vividas y percibidas por las partes interesadas con respecto a la seguridad turística en tiempos de COVID-19. El rol de las empresas turísticas y la seguridad de los empleados, clientes, imagen de marca y liquidez en efectivo.

La gobernanza y gestión de destinos turísticos desde la inclusión de la seguridad turística en tiempo de pandemia en la política de los destinos turísticos. Finalmente, la investigación turística debería asumir más responsabilidades informando, impulsando y liderando futuros sostenibles.

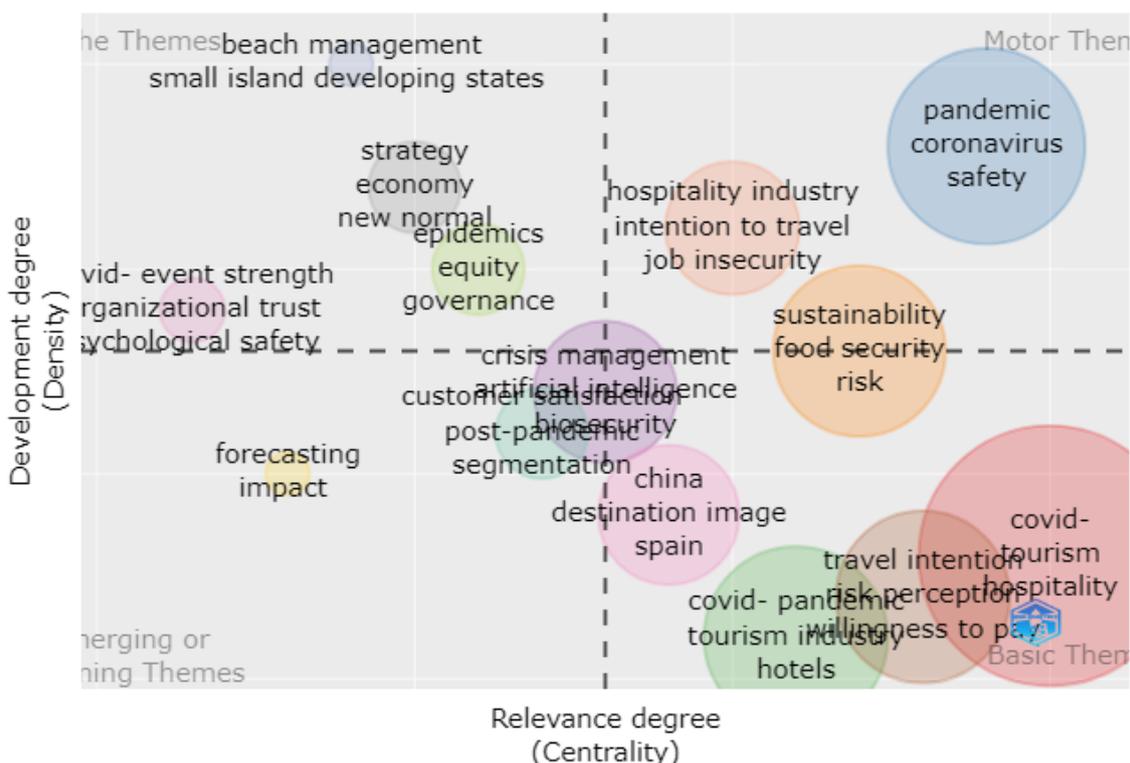


Figura 11. Análisis estratégico de las palabras clave

Conclusiones

El estudio revela un notable aumento en la producción científica sobre seguridad turística en tiempos de pandemia, con un crecimiento promedio del 52,7% en 2021 y una proyección de superar el número de investigaciones de ese año en lo que va del 2022. Las revistas más influyentes incluyen Sustainability, International Journal of Environmental Research and Public Health, y Worldwide

Hospitality and Tourism Themes, con una destacada presencia en la comunidad científica.

A nivel regional, Estados Unidos, China, España, Australia e India sobresalen como los países más productivos en este campo, mientras que Ecuador se destaca como el país latinoamericano con mayor producción científica. Respecto a los autores más prolíficos, se identificaron diez investigadores con contribuciones significativas en temas como liderazgo, impacto del Covid-19, gestión hotelera y recuperación del turismo rural. La representación visual de académicos prolíficos revela una colaboración destacada entre países como España y una alta producción científica en Polonia, Rumania y Sudáfrica. Las instituciones más relevantes incluyen la University of Central Florida y la Poznań University of Life Sciences.

El análisis temático muestra tendencias en seguridad relacionadas con la gestión de crisis, percepción de riesgos, comportamiento del consumidor y sostenibilidad. Además, se identificaron áreas de investigación emergentes, como el impacto de las amenazas de enfermedades en las decisiones de las personas y la adaptación de la industria turística al nuevo contexto post-Covid. En este sentido, se sugieren líneas de investigación adicionales, como el papel de la tecnología en la seguridad turística, el impacto de la comunicación y las redes sociales, la gobernanza y gestión de destinos turísticos, y la demanda turística en el contexto de la pandemia. Estos hallazgos proporcionan una visión integral del estado actual y las posibles direcciones futuras de la investigación en seguridad turística en tiempos de Covid-19.

Referencias bibliográficas

- Aria, M., & Cuccurullo, C. (2017). bibliometrix: An R-tool for comprehensive science mapping analysis. *Journal of Informetrics*, 11, 959–975. <https://doi.org/10.1016/j.joi.2017.08.007>
- Atsa'am, D. D., & Wario, R. (2021). Association rules on the COVID-19 variants of concern to guide choices of tourism destinations. *Current Issues in Tourism*. <https://doi.org/10.1080/13683500.2021.1951182>
- Cobo, M. J., Jürgens, B., Herrero-Solana, V., Martínez, M., & Herrera-Viedma, E. (2018). Industria 4.0: una perspectiva basada en el análisis bibliométrico. *Procedia Computer Science*, 139 364–371. <https://doi.org/10.1016/j.procs.2018.10.278>
- Cobo, M. J., López-Herrera, A. G., Herrera-Viedma, E., & Herrera, F. (2011). An approach for detecting, quantifying, and visualizing the evolution of a research field: A practical application to the Fuzzy Sets Theory field. *Journal of Informetrics*, 146–166. <https://doi.org/10.1016/j.joi.2010.10.002>
- Cuccurullo, C., Aria, M., & Sarto, F. (2016). Foundations and trends in performance management. A twenty-five years bibliometric analysis in

-
- business and public administration domains. *Scientometrics*.
<https://doi.org/10.1007/s11192-016-1948-8>
- Chang, C.-L., McAleer, M., & Ramos, V. (2020). A Charter for Sustainable Tourism after COVID-19. *Sustainability*, 12, 3671.
<https://doi.org/10.3390/su12093671>
- Davahli, M. R., Karwowski, W., Sonmez, S., & Apostolopoulos, Y. (2020). The hospitality industry in the face of the COVID-19 pandemic: Current topics and research methods [Review]. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(20), 1-22, Article 7366.
<https://doi.org/10.3390/ijerph17207366>
- Díaz-Pompa, F., Pérez-Labrada, S., Feria-Velázquez, F. F., & Serrano-Leyva, B. Evaluation of the scientific production of the Master's Degree in Tourism Management: a quality management tool for postgraduate studies [manuscript in revision]. *Revista General de Información y Documentación*.
- He, J., Mao, Y., Morrison, A. M., & Coca-Stefaniak, J. A. (2021). On being warm and friendly: the effect of socially responsible human resource management on employee fears of the threats of COVID-19. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 33(1), 346-366.
<https://doi.org/10.1108/IJCHM-04-2020-0300>
- Kim, J., Park, J., Lee, J., Kim, S. S., Gonzalez-Jimenez, H., Lee, J., Kyun Choi, Y., Lee, J. C., Jang, S., Franklin, D., Spence, M. T., & Marshall, R. (2022). COVID-19 and Extremeness Aversion: The Role of Safety Seeking in Travel Decision Making. *Journal of Travel Research*, 61(4), 837 –854.
<https://doi.org/10.1177/00472875211008252>
- Menon, D., Gunasekar, S., Kumar Dixit, S., Das, P., & Mandal, S. (2021). Present and prospective research themes for tourism and hospitality education post-COVID19: A bibliometric analysis. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, xxx(xxxx), xxx.
<https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2021.100360>
- Organización Mundial del Turismo. (2022). *El turismo internacional se sitúa al 60% de los niveles anteriores a la pandemia en enero-julio de 2022*. UNWTO.
- Pascual, M. E., & Cain, L. N. (2022). Loyalty programs: the vital safety feature for airlines to survive COVID-19. *International Hospitality Review*, 36(1), 124-130. <https://doi.org/10.1108/IHR-03-2021-0017>
- Pérez-Labrada, S., Díaz-Pompa, F., Cruz-Aguilera, N., & Balseira-Sanamé, Z. (2022). Marketing turístico digital en Latinoamérica: estudio bibliométrico 2010-2019. *Revista Universidad y Sociedad*, 14(2), 521-534.
- Petruzzi, M. A., & Marques, C. (2022). Peer-to-peer accommodation in the time of COVID-19: A segmentation approach from the perspective of tourist

safety. *Journal of Vacation Marketing*, 0(0).
<https://doi.org/10.1177/13567667221118638>

Qiu, R. T. R., Park, J., Li, S., & Song, H. (2020). Social costs of tourism during the COVID-19 pandemic. *Annals of Tourism Research*, 84, 102994. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102994>

Robina-Ramírez, R., Medina-Merodio, J. A., & Estriegana, R. (2022). What do urban and rural hotel managers say about the future of hotels after COVID-19? The new meaning of safety experiences. *Cities*, 120, 103492. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2021.103492>

Uglis, J., Jęczmyk, A., Zawadka, J., Wojcieszak-Zbierska, M. M., & Pszczoła, M. (2021). Impact of the COVID-19 pandemic on tourist plans: a case study from Poland. *Current Issues in Tourism*. <https://doi.org/10.1080/13683500.2021.1960803>

Wang, J., Wang, Y., He, Y., & Zhu, Z. (2022). Exploring the Factors of Rural Tourism Recovery in the Post-COVID-19 Era Based on the Grounded Theory: A Case Study of Tianxi Village in Hunan Province, China. *Sustainability*, 14, 5215. <https://doi.org/10.3390/su14095215>

World Health Organization. (2022). *COVID-19 Weekly Epidemiological Update*. WHO.

Zengin, B., & Atasoy, B. (2021). Bibliometric Framework of Postgraduate Theses in Tourism Guidance. *Alanya Academic Review Journal*, 5(1), 143-160. <https://doi.org/10.29023/alanyaakademik.868763>

Zhang, J., Xie, C., Wang, J., Morrison, A. M., & Coca-Stefaniak, J. A. (2020). Responding to a major global crisis: the effects of hotel safety leadership on employee safety behavior during COVID-19. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(11), 3365-3389. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-04-2020-0335>

Capítulo X. Seguridad y protección turística en la etapa postcovid-19. Una mirada desde la percepción del cliente



SEGURIDAD Y PROTECCIÓN TURÍSTICA EN LA ETAPA POSTCOVID-19. UNA MIRADA DESDE LA PERCEPCIÓN DEL CLIENTE

Seguridad y protección turística en la etapa postcovid-19. Una mirada desde la percepción del cliente

Nancy Elena Hechavarría-Domínguez

Universidad de Holguín

<https://orcid.org/0000-0002-9667-3730>

yasmy76@nauta.cu

Tahimy González-Lorenzo

Universidad de Holguín

<https://orcid.org/0009-0004-6944-0802>

tahymigonzales@gmail.com

Nolberto Cruz Aguilera

Universidad de Holguín

<https://orcid.org/0000-0003-1881-4953>

nolbert1309@gmail.com

Como citar: Hechavarría-Domínguez, N. E., González-Lorenzo, T., & Cruz Aguilera, N. (2024). Seguridad y protección turística en la etapa postcovid-19. Una mirada desde la percepción del cliente. In *Perspectivas multidisciplinares del turismo: Desafíos y oportunidades en Cuba y México* (pp. 158-193). Ciencia Digital. <http://libros.cienciadigital.org/index.php/CienciaDigitalEditorial/catalog/book/>

Resumen

La seguridad y protección en el turismo se ha convertido en una preocupación creciente en el contexto actual. El presente artículo investiga la percepción de los turistas acerca del sistema de seguridad y protección del Hotel Gran Muthu Almirante Beach, según la nacionalidad, edad y género de los clientes. Se empleó como método de recolección de información primaria una encuesta, donde se analizaron siete dimensiones con treinta y seis indicadores relacionados con la seguridad del personal del hotel, seguridad de los servicios, seguridad en las actividades de ocio y recreación, limpieza general, seguridad en la habitación, asistencia médica y equipos de seguridad. Finalmente, los resultados del estudio fueron obtenidos a través del análisis de estadística descriptiva y ANOVA empleando el software SPSS. Los resultados mostraron que existe de manera general satisfacción con el sistema de seguridad y protección que se implementa en el Hotel, no obstante, se encuentra que el mercado canadiense es más exigente que el resto de los mercados de la muestra. En cuanto a la edad los clientes mayores de 50 años plantean más insatisfacciones y el sexo femenino posee un nivel de percepción más alto que el masculino. El ANOVA permitió identificar diferencias estadísticamente significativas en algunos de los indicadores medidos, quedando demostradas así

parcialmente las tres hipótesis planteadas. Por otra parte, el artículo constituye una base sólida para posteriores estudios, dada la importancia que reviste actualmente la seguridad y protección a nivel internacional.

Palabras clave: seguridad, protección, hotel, clientes, postcovid-19, ANOVA, Covid-19

Abstract

La seguridad y protección en el turismo se ha convertido en una preocupación creciente en el contexto actual. El presente artículo investiga la percepción de los turistas acerca del sistema de seguridad y protección del Hotel Gran Muthu Almirante Beach, según la nacionalidad, edad y género de los clientes. Se empleó como método de recolección de información primaria una encuesta, donde se analizaron siete dimensiones con treinta y seis indicadores relacionados con la seguridad del personal del hotel, seguridad de los servicios, seguridad en las actividades de ocio y recreación, limpieza general, seguridad en la habitación, asistencia médica y equipos de seguridad. Finalmente, los resultados del estudio fueron obtenidos a través del análisis de estadística descriptiva y ANOVA empleando el software SPSS. Los resultados mostraron que existe de manera general satisfacción con el sistema de seguridad y protección que se implementa en el Hotel, no obstante, se encuentra que el mercado canadiense es más exigente que el resto de los mercados de la muestra. En cuanto a la edad los clientes mayores de 50 años plantean más insatisfacciones y el sexo femenino posee un nivel de percepción más alto que el masculino. El ANOVA permitió identificar diferencias estadísticamente significativas en algunos de los indicadores medidos, quedando demostradas así parcialmente las tres hipótesis planteadas. Por otra parte, el artículo constituye una base sólida para posteriores estudios, dada la importancia que reviste actualmente la seguridad y protección a nivel internacional.

Keywords: seguridad, protección, hotel, clientes, postcovid-19, ANOVA, Covid-19

Introducción

El turismo se ha convertido gradualmente en una de las industrias más importantes. Sin embargo, la industria está cada vez más expuesta a diversos tipos de amenazas y riesgos (ataques terroristas, desastres naturales, crisis económicas, epidemias, nuevos virus, entre otras.) (Feng & Hao, 2021). Actualmente la magnitud y gravedad de la pandemia Covid-19 ha asestado un duro golpe al sector de los viajes y el turismo a nivel mundial, con profundas repercusiones económicas y sociales en toda la cadena de suministro y en el sistema de hostelería, en particular (Díaz & Muñoz, 2021).

Sin lugar a dudas, la seguridad turística se ha convertido en una preocupación creciente para la industria del turismo. No solo está relacionada con la seguridad de la vida y la propiedad de los turistas, sino con la estabilidad social y el desarrollo sostenible de la industria del turismo (Feng & Hao, 2021).

Los factores que afectan la seguridad turística son diversos. Muchos de ellos son incontrolables, pero las instalaciones hoteleras pueden analizar algunos factores de riesgo potencial según el análisis de información relevante (Spennemann & Whitsed, 2021). Garantizar las condiciones óptimas de seguridad y protección representa un factor importante tanto para turistas como los gestores turísticos (Anichiti, Dragolea, Hars, Haller, & Butnaru, 2021).

Las personas tienden a satisfacer sus necesidades comenzando por las básicas (supervivencia biológica, seguridad y seguridad física) antes de satisfacer las superiores. La seguridad y protección son necesidades fundamentales, especialmente porque se ha demostrado que los turistas tienden a evitar destinos y estructuras de alojamiento con un riesgo potencialmente mayor para su seguridad y protección (Duro, Laborda, Prats & Fernández, 2021).

Por tanto, el escenario que proyecte una instalación como un destino turístico en cuanto a la seguridad y protección influirá de forma directa en la decisión y motivo de viaje de los turistas, siendo que estos cumplan o no sus necesidades. Además, se debe tener en cuenta que según el nivel de satisfacción que sea capaz de generar afectará los ingresos del destino, por lo que cada vez cobra más importancia la dimensión seguridad y protección en la gestión turística. Es necesario que las entidades turísticas presten atención a estos aspectos y mantengan el monitoreo constante de las condiciones y estándares que brindan.

Este estudio determina como objetivo analizar la percepción de los clientes nacionales e internacionales en cuanto al sistema de seguridad y protección en el Hotel Gran Muthu Almirante Beach, ubicado en Playa Guardalavaca, Holguín, Cuba. Además, enfoca su necesidad en la inexistencia de estudios similares en el país como destino turístico, la relevancia del polo turístico y la creciente importancia de la seguridad y la protección para el desarrollo del sector turístico. Una vez realizado el análisis exhaustivo de las dimensiones e indicadores que abarcan estas variables se relacionaron algunas hipótesis de investigación, las cuales se abordarán posteriormente. El grupo objetivo de la investigación fue determinado para conocer las opiniones de los encuestados.

Las medidas que aumentan el control sobre la seguridad y la protección conducen a una mejor experiencia turística (Volgger, B, & Aebli, 2021). Aunque el tema central de esta investigación ya ha causado interés en los estudiosos del turismo, no es menos cierto que existen pocos estudios que lo aborden de forma integral. Como resultado el presente estudio está enfocado a convertirse en un instrumento y referencia para otros autores y organizaciones para lograr crear un algoritmo eficaz en la gestión de la seguridad y la protección como necesidad básica de los turistas y aspecto clave en su satisfacción; no solo en instituciones cubanas, sino, para el resto del mundo.

Por lo que, el cliente se convierte en el eje principal de esta investigación, su opinión es guía y clave para determinar el nivel de cumplimiento de los aspectos antes mencionados y la incidencia negativa o positiva en el funcionamiento óptimo de la entidad objeto de estudio.

Gestión de la seguridad y protección en hoteles

Los productos ofrecidos y las relaciones que se crean en el proceso de la oferta están estrechamente relacionados y, por tanto, el cliente valorará tanto unos como otros, midiendo el servicio hotelero a través de la calidad proporcionada tanto por los productos como por la forma de ofrecerlos (procesos). Los gestores deben tener un conocimiento acerca de los atributos que componen las dimensiones físicas y funcionales del servicio hotelero, para medir y valorar la calidad percibida (Aguasaco, 2016).

La seguridad hotelera se puede considerar en dos aspectos, el primero cómo ve el cliente el hotel, dado a que él lo escoge por sus diferentes motivos con el fin de satisfacer su necesidad básica que es un estado de confort y confianza. El segundo depende del posicionamiento que se le dé al mismo en el mercado, su éxito a futuro y por ende que no sea catalogado como un hotel inseguro o falto de medidas (Díaz, Quintana & Cabrera, 2021).

Los hoteles cinco estrellas u hoteles de lujo se caracterizan por ofrecer la mejor atención y la más amplia gama de servicios que van desde espacios para piscinas, salones de gimnasia, atención personalizada las 24 horas dada su amplia capacidad y la cantidad de servicios que ofrecen (Atadil & Lu, 2021). De esta forma y de manera general un hotel se puede considerar una empresa tradicional en cualquier parte del mundo; aun así, se ha decidido que para referirnos a ellos es una industria hotelera, los cuales se pueden categorizar por grado de confort y posicionamiento (Akbaba, 2006). En un hotel es importante apreciar las vulnerabilidades pues es de vital importancia para garantizar la seguridad adecuada. Se deben tener presente la entrada y la salida del mismo, los procedimientos de las reservas de huéspedes, la gestión de claves tanto para la habitación como para la red de internet, una buena administración de circuito cerrado de televisión, los procesos de depuración del personal, la formación del personal en materia de seguridad, entre otros aspectos (Rivera, 2020).

Aunque hay problemas de seguridad comunes en todos los hoteles, solamente una revisión de seguridad individual, minuciosa y del entorno, por poco que parezca ayudará a identificar problemas específicos dentro del establecimiento y el grupo de trabajo. Así todas las debilidades detectadas se pueden mitigar o reducir con procedimientos más concretos y mejor desarrollados identificando métodos de prevención y medidas de respuesta (Basil, 2011).

En un hotel la seguridad constituye una variable de competitividad ante los demás buscando en su posicionamiento evitar que su hotel sea identificado como un hotel inseguro. La seguridad siempre estará ligada al prestigio del hotel; muchos expertos recalcan la seguridad como una de las fortalezas más

importantes en un sitio turístico dado a que sin seguridad no puede haber comodidad (IBISWorld, 2020).

Un hotel debe tener procedimientos para liderar las funciones de seguridad y protección de las operaciones del mismo para que el personal pueda proteger a los huéspedes de todos los peligros inesperados (Pizam, 2010). Además, la habitación de huéspedes debe estar libre de todo riesgo, con cerraduras y llaves, circuitos cerrados de televisión (CCTV), sistemas de alarmas contra incendios, cajas fuertes, sistemas de comunicación, modernos sistemas, equipos y tecnologías de seguridad instalados dentro del hotel y luces (Sönmez, Apostolopoulos, Lemke & Hsieh, 2020).

Luego de haber hecho un análisis de la literatura disponible, se realiza un análisis del estado del arte a partir de las siguientes dimensiones: seguridad del personal del hotel, seguridad de los servicios, seguridad en las actividades de ocio y recreación, limpieza general, seguridad en la habitación, asistencia médica y equipos de seguridad.

Seguridad del personal del Hotel

La seguridad implica evitar que los empleados y clientes dentro de la propiedad del hotel sufran posibles muertes y lesiones (Tinakhat, 2017). Dado que muchas lesiones y accidentes ocurren en el lugar de trabajo, es fundamental que las organizaciones apoyen la salud y la seguridad de sus empleados. Por ejemplo, para garantizar la seguridad y el bienestar del personal durante una crisis de enfermedades infecciosas, los hoteles activan sus procedimientos de emergencia, realizan exámenes de salud del personal e implementan protocolos de limpieza y desinfección (Li, Nguyen & Coca-Stefaniak, 2020).

Los empleados también desempeñan un papel fundamental, no solo en el manejo adecuado de las crisis, sino en la recuperación del negocio. Varios estudios incluyen medidas que involucran a los recursos humanos entre las principales categorías de prácticas de gestión de crisis en un contexto de hospitalidad. El estudio de (Moreno, García-Morales, & Rojas, 2021) identifica las siguientes medidas como efectivas en crisis pasadas: programas de capacitación específicos para garantizar la seguridad y protección de los empleados; canales de comunicación internos adicionales; y una red de comunicación de emergencia para mantener informados a los empleados y mantener alta la moral; un factor importante en tiempos difíciles (Moreno, García-Morales, & Rojas, 2021).

Durante la pandemia COVID-19 los empleados han experimentado mucha ansiedad por la preocupación por la infección, lo que puede afectar gravemente su comportamiento y bienestar en el trabajo. Por lo tanto, es de gran importancia para las organizaciones hoteleras buscar soluciones para la gestión de la salud mental de los empleados en el contexto de la pandemia. A pesar de su necesidad, todavía hay una comprensión limitada de los problemas psicológicos, particularmente la ansiedad por infecciones, y cómo aliviar los efectos nocivos

de estos problemas y sus efectos en la satisfacción de los clientes (Park & Hai, 2021).

Seguridad de los servicios

En la actualidad los clientes esperan una nueva normalidad de la industria de servicios al buscar soluciones digitales y el servicio sin contacto, la industria hotelera es una de estas en la que los encuentros físicos son necesarios para producir y consumir experiencias memorables para los clientes. Por lo tanto, esta industria no puede sostenerse si este miedo y falta de confianza entre los clientes continúa por un período más largo. Definir la nueva normalidad para los clientes y rediseñar las comisiones de servicio para la industria hotelera es imperativo en este momento (Cuomo, Tortora, Danovi, Festa, & Metallo, 2021).

En cuanto a las medidas que aplican los hoteles, mientras que algunas son obligatorias, como, por ejemplo, los protocolos de distanciamiento social e higiene pública, algunas pueden ser voluntarias, como un mayor uso de la tecnología digital para reducir el contacto humano y/o controles de temperatura de rutina de los huéspedes en los vestíbulos de los hoteles (Humagain & Singleton, 2021). El alcance de la aplicación de estas últimas medidas dependerá principalmente de la buena voluntad de los propietarios de hoteles y/o inversores cuyas decisiones sobre la implementación o no de estas medidas probablemente estén respaldadas por la disponibilidad de los recursos apropiados (Filimonau, B, & Matute, 2020).

La investigación de (Bonfanti, Vigoló, & Yfantidou, 2021) refieren que los hoteles están tratando de encontrar sus propias soluciones para seguir garantizando los servicios a los huéspedes mediante la implementación de las medidas de higiene y protección previstas. Para ello, están remodelando sus espacios, considerando la protección y, en lo posible, dando preferencia a los espacios al aire libre (NY Times, 2020).

La OMS (2020) en concreto, ha advertido al sector del alojamiento sobre la importancia de informar a los huéspedes que lo soliciten sobre la política del establecimiento en cuanto a las medidas preventivas establecidas u otros servicios que puedan requerir durante su estancia en las instalaciones. Dentro de los hoteles, los documentos, carteles y monitores con videos en diferentes idiomas se utilizan como una importante herramienta de comunicación para informar a los clientes sobre las prácticas recomendadas para el lavado de manos, la higiene respiratoria y otros comportamientos, tanto dentro del hotel como en otros entornos diversos (OMS, 2020).

El uso de sistemas de auto check-in y el distanciamiento físico en las mesas de los restaurantes permiten que los clientes se sientan tranquilos en términos de seguridad. La tranquilidad la obtienen del personal que sigue garantizando respuestas inmediatas a los clientes, ya sea de forma presencial o a través de soluciones tecnológicas como apps, mensajería instantánea y videollamadas (Shin & Kang, 2020). Independientemente de la herramienta, comunicar las medidas de seguridad y los protocolos de saneamiento adoptados por el hotel

es fundamental para trasladar la información adecuada a los clientes y hacer que su estancia sea segura (Bonfanti, Vigoló, & Yfantidou, 2021).

Seguridad en las actividades de ocio y recreación

Los clientes deben estar seguros en el agua, en el interior del hotel como en las zonas exteriores pertenecientes al hotel. La playa es una de las zonas más peligrosas y frecuentada por los clientes, a la orilla del mar o del océano, junto con las piscinas y spas. Por tanto, deben estar constantemente supervisadas por socorristas capacitados en técnicas de primeros auxilios (Tanford, Raab & Kim, 2012).

Los empleados capacitados en primeros auxilios representan valor añadido. La seguridad de los niños es fundamental. Veleva & Yancheva (2017) indicaron que el animador es totalmente responsable de los niños que se le encomiendan y que debe prestar la misma atención a cada uno de ellos (Gursoy & Chi, 2020).

Los comportamientos de recreación al aire libre de los turistas podrían estar moldeados por evaluaciones subjetivas de consideraciones de seguridad e higiene, presión y responsabilidad de los pares sociales, imagen del destino, incertidumbre y comportamientos de las comunidades locales (Villa-Clarke, 2020).

Limpieza general

La limpieza es uno de los factores que influyen en la selección de los servicios de alojamiento donde el riesgo de contaminación por varios virus y bacterias aún se mantiene incluso si las instalaciones del hotel se limpian adecuadamente. Durante muchos años, los investigadores han estado estudiando la importancia de los sistemas de limpieza efectivos y cómo estos contribuyen a la satisfacción del cliente. La importancia de una limpieza efectiva se ha amplificado múltiples veces. Seguir prácticas regulares y detalladas de limpieza/saneamiento se ha vuelto aún más vital en medio de la pandemia (Awan & Shamim, 2020).

En respuesta a la pandemia, la mayoría de las cadenas hoteleras anunciaron sus nuevas pautas de limpieza; planean usar nuevas tecnologías (rociadores electrostáticos, robots de limpieza, etc.) para mejorar la desinfección. Las nuevas tecnologías para reducir las interacciones con los huéspedes y mejorar la limpieza pueden influir en las interacciones esperadas y la limpieza esperada, lo que da como resultado diferentes niveles de riesgo percibido para la salud durante los procesos de toma de decisiones del cliente (USA Today, 2020).

Seguridad en la habitación

La seguridad de las habitaciones es un tema esencial en la elección de los turistas. La importancia de los sistemas de cierre de puertas y balcones, de la limpieza adecuada de los baños y de instrucciones claras en un idioma internacional son una pieza clave para que los clientes se sientan seguros. Además, las habitaciones deben tener una buena cantidad de luz natural pues esta ayuda a la curación del cuerpo e inhibe el crecimiento bacteriano en la habitación (Teroovengadum, Ringle, & Sunnassee, 2019). El aislamiento

acústico de la sala proporciona un ambiente agradable y un mayor grado de seguridad por el confort acústico. Las ventanas deben estar provistas de una película de privacidad. Las mosquiteras o sensores son absolutamente necesarios para el descanso y la relajación de los clientes. Una habitación segura para bienes valiosos hace que los clientes se sientan más seguros. Además, un área de equipaje aumenta la sensación de seguridad, ya que los clientes saben que sus bienes no se perderán (Kim & Han, 2022).

Asistencia médica

La colaboración entre los gobiernos y la industria hotelera es imprescindible en tiempos de pandemia para controlar la propagación de enfermedades infecciosas a través de controles periódicos de salud e higiene en los hoteles (Kar, Kumar & Ilavarasan, 2021). La comunicación efectiva entre las autoridades de salud pública, la industria del turismo y la hospitalidad ha sido esencial durante la pandemia COVID-19, ya que la industria ha buscado desarrollar una estrategia de salud enfocada, entre otras cosas, en prevenir la transmisión del virus (Wachyuni & Kusumaningrum, 2020). Además, las autoridades sanitarias locales deben ser responsables de la vigilancia, el seguimiento y el tratamiento de las personas infectadas con el coronavirus y desempeñar un papel fundamental en los esfuerzos del sector de la hostelería para prevenir brotes de coronavirus en el lugar de trabajo (Salem, Elbaz, Elkhwesky, & Ghazi, 2021).

Equipos de seguridad

Para mejorar la seguridad, muchas empresas hoteleras han instalado cerraduras electrónicas, rociadores contra incendios, detectores de humo y circuitos cerrados de televisión (CCTV). Por otro lado, la función principal de la seguridad es controlar las entradas no autorizadas desde puertas que no son del vestíbulo y el movimiento de personas no deseadas a través de escaleras, puertas de emergencia o personal (Hoefer, Pampaka, Wagner, Herrera, Alonso, López-Perea, Portero, Herrera-León, Herrera-León & Gallo, 2020).

Además de los sistemas de cierre electrónico, existen otros sistemas de seguridad que se han introducido en la industria hotelera, como el detector de movimiento, las cámaras de vigilancia se pueden encontrar en tiendas, restaurantes y los principales depósitos de transporte. La instalación de CCTV en hoteles ya no es un gran problema (AlBattat & Mat Som, 2013).

Los hoteles de Medio Oriente han adoptado máquinas de rayos X y detectores de metales para evitar que los huéspedes traigan mercancías peligrosas o bombas (Lee, 2020). Varios hoteles han aumentado sus presupuestos de seguridad para invertir en este tipo de equipos de trabajo para sus áreas de recepción. También ha aumentado la necesidad de implantar sistemas de iluminación y alimentación de emergencia en los hoteles para hacer frente a situaciones de apagones. Los hoteles también han organizado capacitaciones continuas sobre manejo de incendios y emergencias para educar a los empleados del hotel sobre cómo manejar accidentes, desastres o delitos (Chan & Lamb, 2013).

Partiendo de las principales dimensiones de la seguridad y la protección determinadas anteriormente, se elaboraron las siguientes hipótesis:

Hipótesis 1 (H1): La percepción de los clientes del Hotel acerca del sistema de seguridad y protección se ve afectada según la nacionalidad de los mismos.

Hipótesis 2 (H2): La percepción de los clientes del Hotel acerca del sistema de seguridad y protección se ve afectada según la edad de los mismos.

Hipótesis 3 (H3): La percepción de los clientes del Hotel acerca del sistema de seguridad y protección se ve afectada según el género de los mismos.

En cuanto a las hipótesis anteriormente planteadas se puede decir que la literatura disponible para la investigación de las mismas es escasa e insuficiente. De forma individual hacer un estudio de cada uno de los indicadores y dimensiones propuestos para la investigación se torna difícil por la falta de información y resultados científicos, válidos y confiables. Más difícil es aún segmentarlos por nacionalidad, edad y género. Es por esto que uno de los objetivos prácticos de esta investigación es formar parte de la literatura sobre este tema, por la importancia que tiene actualmente y de esta forma convertirse en una guía para futuras investigaciones.

Metodología

Para la obtención de la información sobre la percepción que tienen los clientes sobre la seguridad y protección en el Hotel Gran Muthu Almirante Beach en la etapa postcovid-19 se emplea la encuesta. El cuestionario fue diseñado y validado por el equipo de investigadores de la Universidad de Holguín y expertos del Hotel. La encuesta fue validada mediante el software SPSS, la misma contiene 36 indicadores los cuales representan 7 dimensiones (seguridad del personal del hotel, seguridad de los servicios, seguridad en las actividades de ocio y recreación, limpieza general, seguridad en la habitación, asistencia médica y equipos de seguridad) y 3 variables independientes (nacionalidad, género y edad).

Para conocer la fiabilidad del instrumento se utilizó el coeficiente Alfa de Cronbach (tabla 1) y se pudo constatar que el instrumento posee una fiabilidad muy alta, debido a que se encuentra en un rango de magnitud entre 0.81 y 1.00

Tabla 1. Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
.926	36

Luego de verificar que el instrumento es fiable se procede a calcular la validez, pues la existencia de fiabilidad no garantiza validez ya que es solo una condición previa de esta. La validez es el grado en que un instrumento mide lo que realmente pretende medir (Leyva, 2017).

El índice KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) fue de (0,684) mayor que el valor mínimo aceptable (0.500) de acuerdo a (Dias et al., 2021) por tanto, se considera que el instrumento además de ser fiable es válido (tabla 2).

Tabla 2. Prueba de KMO y Bartlett

Medida Kaiser-Meyer-Olkin de adecuación de muestreo		.684
Prueba de esfericidad de Bartlett	Aprox. Chi-cuadrado	3758.177
	gl	630
	Sig.	.000

La población objeto de estudio fue representada por clientes tanto nacionales como internacionales que pernoctaron en el hotel por más de una noche y la muestra fue seleccionada al azar. Teniendo en cuenta, que la presente investigación se desarrolla principalmente en la etapa de revitalización del turismo, en la que no se logra el estado en el que se encontraba el turismo antes del Covid-19. Fueron recopiladas un total de 120 encuestas válidas. Se siguen los criterios de (de Winter et al., 2009; Hair et al., 2014) los que sugieren un mínimo de 100 como tamaño de muestra, suficiente para llevar a cabo estudios de este tipo. Los encuestados fueron informados de que sus respuestas serían utilizadas únicamente con fines investigativos. Los datos se ingresaron en el software SPSS, donde se desarrolló el análisis estadístico correspondiente.

Los objetivos e hipótesis de este estudio, planteados con anterioridad, se lograron verificar a través del análisis de estadísticas descriptivas y varianza (ANOVA); lo cual fue posible debido al empleo del software antes mencionado. La investigación se centró en cómo los turistas perciben el sistema de seguridad y protección del Hotel en función de las dimensiones antes mencionadas y sus respectivos indicadores.

Resultados

A partir de los datos sociodemográficos obtenidos de la muestra, según la nacionalidad de los turistas que participaron en el estudio sobre seguridad y protección en el turismo. La muestra incluyó un total de 120 turistas, de los cuales el 65,8% eran nacionales, el 24,2% canadienses y el 10% estadounidenses. Las edades más representativas, con un 43,3% tenían entre 17 y 27 años, el 24,2% tenían entre 28 y 38 años, el 11,7% tenían entre 39 y 49 años, el 10,8% tenían entre 50 y 60 años, y el 10% tenían entre 61 y 70 años. En cuanto al género, el 53.3% de los encuestados fueron mujeres y el 46.7% hombres.

La tabla 3 presenta las medias de las puntuaciones otorgadas por tres nacionalidades diferentes (nacional, canadiense, y americano) en diferentes dimensiones e indicadores relacionados con la seguridad y la limpieza en hoteles. Además, presenta la media total de todas las puntuaciones.

Las puntuaciones van de 1 a 5, donde 1 representa una valoración muy baja y 5 representa una valoración muy alta. Las medias totales oscilan entre 3.96 y 4.83, lo que sugiere que en general se considera que los hoteles evaluados tienen medidas de seguridad y limpieza adecuadas. Sin embargo, las puntuaciones varían según los diferentes indicadores y nacionalidades, lo que puede indicar diferencias culturales y de expectativas en cuanto a la seguridad y limpieza en hoteles. Por ejemplo, en general, la seguridad del personal del hotel y la limpieza general.

Comparando los mercados, el mercado canadiense exige más del distanciamiento social, de la desinfección del equipaje, del empleo de folletos multilingües, del empleo de vallas deslizantes, de la implementación de códigos QR y de un botiquín de primeros auxilios en la habitación. El mercado nacional denota mayor inconformidad con la desinfección del equipaje, y con la inexistencia de un botiquín de primeros auxilios. Mientras que el americano, se mostró más conformista, calificando con un valor bajo solo al indicador pasos podálicos. Estos resultados se pueden deber a las características generales de cada mercado, puesto que unos le dan mayor relevancia a la seguridad que otros.

Tabla 3. Descriptivos de acuerdo a la nacionalidad de la muestra

Dimensiones/Indicadores	Nacionalidades (medias)			Media total
	Nacional	Canadiense	Americano	
Seguridad del personal del Hotel	4.7089	4.8275	4.5833	4.7250
uso de guantes y mascarilla	4.7342	4.9310	4.5833	4.7667
uso de láminas protectoras	4.6203	4.9310	4.7500	4.7083
prohibición de la entrada a personal con sintomatología	4.7722	4.9310	4.5000	4.7833
personal con conocimiento en seguridad y protección	4.7089	4.5172	4.5000	4.6417
Seguridad de los servicios	4.3856	4.1095	4.2727	4.3094
pasos podálicos	4.1392	4.0345	3.9167	4.0917
desinfección constante	4.4684	4.4138	4.3333	4.4417
eliminación del autoservicio	4.6203	4.6552	4.3333	4.6000
implementación de códigos QR	4.5443	3.7586	4.3333	4.3333
medición de la temperatura	4.3038	4.0345	4.5833	4.2667
desinfección del equipaje	3.9620	3.7931	4.3333	3.9583
señalización y mamparas protectoras	4.1139	3.6207	4.1667	4.0000
guardias de seguridad	4.4430	4.5172	4.8333	4.5000

socorristas en piscina y playa	4.8500	4.1700	4.2500	4.6200
valla aseguradora y antideslizante	4.1772	3.7586	4.0833	4.0667
señalización en el área de niños	4.6203	4.4483	4.0833	4.5250
Seguridad en las actividades de ocio y recreación	4.3417	4.1494	4.3889	4.2999
actividades al aire libre	4.1139	4.0345	4.2500	4.1083
capacidad reducida	4.3924	4.6552	4.4167	4.4583
distanciamiento social	4.5190	3.7586	4.5000	4.3333
Limpieza general	4.6202	4.5930	4.6666	4.6183
cambio de artículos de uso personal	4.6203	4.5517	4.9167	4.6333
limpieza de zonas comunes	4.7468	4.9310	5.0000	4.8167
líquido desinfectante en baños públicos	4.4177	4.3103	4.3333	4.3833
disponibilidad de agua las 24 horas	4.6203	4.8621	4.9167	4.7083
desinfección diaria de la indumentaria de zonas comunes	4.6962	4.3103	4.1667	4.5500
Seguridad en la habitación	4.3911	4.2265	4.8338	4.3952
higienización de las habitaciones	4.6835	4.6552	4.8333	4.6917
botiquín de primeros auxilios en la habitación	3.4430	3.2414	4.3333	3.4833
cajas de depósito seguras	4.7595	4.5172	4.8333	4.7083
cadenas en las puertas	4.5100	4.3100	4.9200	4.5000
mirillas en las puertas	4.4304	4.4138	5.0000	4.4833
sistema electrónico de bloqueo	4.7468	4.6897	5.0000	4.7583
folletos multilingües	4.1646	3.7586	4.9167	4.1417
Asistencia médica	4.7278	4.4138	5.0000	4.6791
funcionamiento 24 horas del equipo médico	4.7468	4.4828	5.0000	4.7083
equipo médico	4.7089	4.3448	5.0000	4.6500
Equipos de seguridad	4.6993	4.3534	4.6041	4.6062
existencia de cámaras de seguridad	4.6709	4.4483	4.9167	4.6417
Detectores	4.7722	4.1724	4.5000	4.6000
rociadores, extintores o amortiguadores	4.6582	4.4483	4.5833	4.6000

Alarmas	4.6962	4.3448	4.4167	4.5833
---------	--------	--------	--------	--------

La tabla 4 muestra los resultados de estadística descriptiva por rango de edades de los encuestados respecto a su percepción de cada uno de los indicadores cuestionados. Las valoraciones medias variaron entre 4.7250 (la más alta) y 4.2999 (la más baja), siendo 1.0 la valoración menos favorable y 5.0 la más favorable. No obstante, existe una diferencia entre indicadores de forma individual en cuanto a la percepción y conformidad de los clientes.

La dimensión seguridad de los servicios obtuvo la puntuación más baja de 3.9472 según opiniones de los clientes que se encuentran dentro del rango superior de edades entre los 61 y 70 años. La dimensión seguridad del personal obtuvo resultados de 4.7788 por los clientes más jóvenes, 4.7414 por los clientes de edades entre los 28 y 38 años, 4.7678 por los que se encuentran entre los 39 y 49 años, los de edades entre 50 y 60 años la evaluaron de 4.3461 y los clientes de edades superiores le otorgaron un valor de 4.8125. La dimensión seguridad de las actividades de ocio y recreación presenta valores de percepción entre 4.07 y 4.48, siendo mejor valorada por los clientes de edades entre 28 y 38 años. De igual forma, sucede con la dimensión limpieza general, que también recibió los mejores resultados de parte de los clientes que comprenden las edades entre 28 y 38 años. La seguridad en la habitación obtuvo valoraciones de 4.4506 (17-27años), 4.4480 (28-38años), 4.2449 (39-49años), 4.4397 (50-60años) y 4.1547 (61-70años). Las dimensiones asistencia médica y equipos de seguridad obtuvieron los resultados más bajos por parte de los clientes de edades entre 61 y 70 años, con valores de 4.4583 y 4.3124 respectivamente. De forma general la dimensión con un nivel más alto de aceptación fue seguridad del personal del hotel, con un valor de 4.7250, y, por el contrario, la dimensión con un valor menor de aceptación fue la seguridad en las actividades de ocio y recreación con un resultado de 4.2999. Además, esta tabla nos muestra que los encuestados de mayor edad refieren mayor importancia por la seguridad y principalmente por los indicadores relacionados con las medidas para evitar la Covid-19, y retomando la tabla anterior, correspondiente al estudio por nacionalidades, podemos percatarnos de que estos indicadores coinciden en su mayoría con los valorados por el mercado canadiense, lo que demuestra que mayoritariamente los encuestados de este mercado representan los rangos más altos de edades determinados.

Table 4. Descriptivos de acuerdo a la edad de la muestra

Dimensiones/Indicadores	Rango de edades (medias)					
	17-27	28-38	39-49	50-60	Más 61	Total
Seguridad del personal del Hotel	4.7788	4.7414	4.7678	4.3461	4.8125	4.7250
uso de guantes y mascarilla	4.8269	4.7931	4.8571	4.3077	4.8333	4.7667
uso de láminas protectoras	4.7500	4.6552	4.8571	4.3077	4.9167	4.7083

prohibición de la entrada a personal con sintomatología	4.8269	4.8621	4.7857	4.4615	4.7500	4.7833
personal con conocimiento en seguridad y protección	4.7115	4.6552	4.5714	4.3077	4.7500	4.6417
Seguridad de los servicios	4.3497	4.4200	4.4412	4.0977	3.9472	4.3094
pasos podálicos	4.1923	4.0345	4.3571	3.8462	3.7500	4.0917
desinfección constante	4.5000	4.5517	4.5000	4.0769	4.2500	4.4417
eliminación del autoservicio	4.5962	4.6552	4.6429	4.2308	4.8333	4.6000
implementación de códigos QR	4.4231	4.3793	4.3571	4.2308	3.9167	4.3333
medición de la temperatura	4.2692	4.4138	4.5000	4.0769	3.8333	4.2667
desinfección del equipaje	3.8654	4.2069	4.2857	3.7692	3.5833	3.9583
señalización y mamparas protectoras	4.0192	4.1034	4.2857	3.9231	3.4167	4.0000
guardias de seguridad	4.5577	4.6897	4.6429	4.2308	3.9167	4.5000
socorristas en piscina y playa	4.7700	4.6200	4.6400	4.4600	4.1700	4.6200
valla aseguradora y antideslizante	4.0769	4.3448	4.0714	3.9231	3.5000	4.0667
señalización en el área de niños	4.5769	4.6207	4.5714	4.3077	4.2500	4.5250
Seguridad en las actividades de ocio y recreación	4.2692	4.4827	4.4047	4.0769	4.1111	4.2999
actividades al aire libre	4.0192	4.3103	4.0714	4.0769	4.0833	4.1083
capacidad reducida	4.4231	4.5862	4.6429	4.0769	4.5000	4.4583
distanciamiento social	4.3654	4.5517	4.5000	4.0769	3.7500	4.3333
Limpieza general	4.6538	4.7310	4.4857	4.4152	4.5666	4.6183
cambio de artículos de uso personal	4.6154	4.8276	4.6429	4.4615	4.4167	4.6333
limpieza de zonas comunes	4.8269	4.9655	4.7857	4.5385	4.7500	4.8167
líquido desinfectante en baños públicos	4.4038	4.4483	4.2857	4.1538	4.5000	4.3833
disponibilidad de agua las 24 horas	4.7500	4.7586	4.3571	4.6154	4.9167	4.7083
desinfección diaria de la indumentaria de zonas comunes	4.6731	4.6552	4.3571	4.3077	4.2500	4.5500
Seguridad en la habitación	4.4506	4.4480	4.2449	4.4397	4.1547	4.3952
higienización de las habitaciones	4.7500	4.7931	4.5714	4.4615	4.5833	4.6917
botiquín de primeros auxilios en la habitación	3.6154	3.4828	2.7143	3.9231	3.3333	3.4833

cajas de depósito seguras	4.7500	4.8276	4.6429	4.4615	4.5833	4.7083
cadena en las puertas	4.5200	4.5500	4.5000	4.5400	4.2500	4.5000
mirillas en las puertas	4.5577	4.4138	4.6429	4.5385	4.0833	4.4833
sistema electrónico de bloqueo	4.8269	4.7586	4.6429	4.6154	4.7500	4.7583
folletos multilingües	4.1346	4.3103	4.0000	4.5385	3.5000	4.1417
Asistencia médica	4.6923	4.7758	4.6429	4.6538	4.4583	4.6791
funcionamiento 24 horas del equipo médico	4.7308	4.7931	4.6429	4.6923	4.5000	4.7083
equipo médico	4.6538	4.7586	4.6429	4.6154	4.4167	4.6500
Equipos de seguridad	4.6298	4.6724	4.7143	4.5192	4.3124	4.6062
existencia de cámaras de seguridad	4.6538	4.5517	4.9286	4.5385	4.5833	4.6417
Detectores	4.5962	4.7586	4.7143	4.4615	4.2500	4.6000
rociadores, extintores o amortiguadores	4.6154	4.6552	4.6429	4.6154	4.3333	4.6000
Alarmas	4.6538	4.7241	4.5714	4.4615	4.0833	4.5833

En la tabla 5 se muestran los resultados de estadística descriptiva por género de los encuestados respecto a su percepción de cada uno de los indicadores cuestionados. Las valoraciones medias variaron entre 4.7250 (la más alta) y 4.2999 (la más baja).

El mayor porcentaje de evaluaciones positivas fue dado por el género femenino en casi la totalidad de las dimensiones. Sin embargo, la seguridad en la habitación fue la dimensión que obtiene una puntuación más baja, precisamente por este género, adquiriendo un valor de 3.7856. Las mujeres presentan una mayor aceptación por la dimensión asistencia médica, con un valor de 4.7969, mientras que por el lado de los hombres la dimensión mejor valorada es la seguridad del personal del Hotel, con una calificación de 4.7053. De forma general, los resultados por género sorprendentemente son ídem a los resultados por edades descritos anteriormente. Además, el sexo femenino es el que mayor importancia da a la seguridad turística principalmente a las medidas de seguridad para evitar el contagio por Covid-19.

Tabla 5. Descriptivos de acuerdo al género de la muestra

Dimensiones/Indicadores	Género (media)		
	masculino	femenino	Total
Seguridad del personal del Hotel	4.7053	4.7422	4.7250
uso de guantes y mascarilla	4.7143	4.8125	4.7667

uso de láminas protectoras	4.6250	4.7813	4.7083
prohibición de la entrada a personal con sintomatología	4.8036	4.7656	4.7833
personal con conocimiento en seguridad y protección	4.6786	4.6094	4.6417
Seguridad de los servicios	4.2892	4.3280	4.3094
pasos podálicos	4.0179	4.1563	4.0917
desinfección constante	4.4821	4.4063	4.4417
eliminación del autoservicio	4.6964	4.5156	4.6000
implementación de códigos QR	4.3571	4.3125	4.3333
medición de la temperatura	4.0536	4.4531	4.2667
desinfección del equipaje	3.9643	3.9531	3.9583
señalización y mamparas protectoras	3.9821	4.0156	4.0000
guardias de seguridad	4.5357	4.4688	4.5000
socorristas en piscina y playa	4.6100	4.6400	4.6200
valla aseguradora y antideslizante	3.9464	4.1719	4.0667
señalización en el área de niños	4.5357	4.5156	4.5250
Seguridad en las actividades de ocio y recreación	4.2917	4.3073	4.2999
actividades al aire libre	4.1786	4.0469	4.1083
capacidad reducida	4.4286	4.4844	4.4583
distanciamiento social	4.2679	4.3906	4.3333
Limpieza general	4.5928	4.6406	4.6183
cambio de artículos de uso personal	4.6250	4.6406	4.6333
limpieza de zonas comunes	4.7679	4.8594	4.8167
líquido desinfectante en baños públicos	4.2679	4.4844	4.3833
disponibilidad de agua las 24 horas	4.6607	4.7500	4.7083
desinfección diaria de la indumentaria de zonas comunes	4.6429	4.4688	4.5500
Seguridad en la habitación	4.3629	3.7856	4.3952
higienización de las habitaciones	4.5714	4.7969	4.6917
botiquín de primeros auxilios en la habitación	3.4107	3.5469	3.4833
cajas de depósito seguras	4.6250	4.7813	4.7083
cadenas en las puertas	4.6300	4.3900	4.5000

mirillas en las puertas	4.5000	4.4688	4.4833
sistema electrónico de bloqueo	4.6429	4.8594	4.7583
folletos multilingües	4.1607	4.1250	4.1417
Asistencia médica	4.5446	4.7969	4.6791
funcionamiento 24 horas del equipo médico	4.5357	4.8594	4.7083
equipo médico	4.5536	4.7344	4.6500
Equipos de seguridad	4.5625	4.6445	4.6062
existencia de cámaras de seguridad	4.6429	4.6406	4.6417
Detectores	4.6071	4.5938	4.6000
rociadores, extintores o amortiguadores	4.4464	4.7344	4.6000
Alarmas	4.5536	4.6094	4.5833

Resultados ANOVA

La tabla 6 muestra los resultados del análisis de varianza (ANOVA) por nacionalidad de diferentes indicadores relacionados con la seguridad y la limpieza en hoteles. En general, se observan diferencias significativas en la mayoría de los indicadores. En algunos casos, estos resultados pueden indicar que ciertas medidas de seguridad y limpieza están siendo implementadas de manera diferente según la nacionalidad de los huéspedes.

Por ejemplo, en el indicador de implementación de códigos QR, se observa una diferencia significativa entre las nacionalidades, lo que sugiere que este tipo de medida puede ser más valorada por algunas nacionalidades que por otras. También se observan diferencias significativas en medidas como la presencia de socorristas en la piscina y la playa, señalización en el área de niños y distanciamiento social, lo que puede indicar que algunas nacionalidades valoran más estas medidas que otras.

En otros indicadores, sin embargo, no se observan diferencias significativas entre las nacionalidades, como en el uso de guantes y mascarilla y en la desinfección constante. Esto puede indicar que estas medidas son ampliamente implementadas de manera consistente en el hotel, independientemente de la nacionalidad de los huéspedes.

Tabla 6. Prueba de Anova de acuerdo a la nacionalidad

Resultados ANOVA por nacionalidad		Suma de	Media			
		cuadrados	gl	cuadrática	F	P
uso de guantes y mascarilla	Entre grupos	1.270	2	.635	2.837	.063

	Dentro de grupos	26.196	117	.224		
	Total	27.467	119			
uso de láminas protectoras	Entre grupos	2.072	2	1.036	2.594	.079
	Dentro de grupos	46.720	117	.399		
	Total	48.792	119			
prohibición de la entrada a personal con sintomatología	Entre grupos	1.606	2	.803	3.054	.051
	Dentro de grupos	30.761	117	.263		
	Total	32.367	119			
personal con conocimiento en seguridad y protección	Entre grupos	1.046	2	.523	1.261	.287
	Dentro de grupos	48.545	117	.415		
	Total	49.592	119			
pasos podálicos	Entre grupos	.641	2	.321	.273	.762
	Dentro de grupos	137.351	117	1.174		
	Total	137.992	119			
desinfección constante	Entre grupos	.220	2	.110	.203	.817
	Dentro de grupos	63.372	117	.542		
	Total	63.592	119			
eliminación del autoservicio	Entre grupos	.974	2	.487	1.021	.364
	Dentro de grupos	55.826	117	.477		
	Total	56.800	119			
implementación de códigos QR	Entre grupos	13.095	2	6.547	9.166	.000
	Dentro de grupos	83.572	117	.714		
	Total	96.667	119			
medición de la temperatura	Entre grupos	2.876	2	1.438	1.742	.180

	Dentro de grupos	96.591	117	.826		
	Total	99.467	119			
desinfección del equipaje	Entre grupos	2.480	2	1.240	.894	.412
	Dentro de grupos	162.311	117	1.387		
	Total	164.792	119			
señalización y mamparas protectoras	Entre grupos	5.531	2	2.766	2.042	.134
	Dentro de grupos	158.469	117	1.354		
	Total	164.000	119			
guardias de seguridad	Entre grupos	1.598	2	.799	1.408	.249
	Dentro de grupos	66.402	117	.568		
	Total	68.000	119			
socorristas en piscina y playa	Entre grupos	11.560	2	5.780	9.583	.000
	Dentro de grupos	70.565	117	.603		
	Total	82.125	119			
valla aseguradora y antideslizante	Entre grupos	3.721	2	1.860	1.627	.201
	Dentro de grupos	133.746	117	1.143		
	Total	137.467	119			
señalización en el área de niños	Entre grupos	3.228	2	1.614	3.111	.048
	Dentro de grupos	60.697	117	.519		
	Total	63.925	119			
actividades al aire libre	Entre grupos	.401	2	.201	.112	.894
	Dentro de grupos	209.190	117	1.788		
	Total	209.592	119			
capacidad reducida	Entre grupos	1.488	2	.744	.964	.384

	Dentro de grupos	90.304	117	.772		
	Total	91.792	119			
distanciamiento social	Entre grupos	12.635	2	6.317	7.389	.001
	Dentro de grupos	100.032	117	.855		
	Total	112.667	119			
cambio de artículos de uso personal	Entre grupos	1.170	2	.585	1.128	.327
	Dentro de grupos	60.697	117	.519		
	Total	61.867	119			
limpieza de zonas comunes	Entre grupos	1.168	2	.584	2.549	.082
	Dentro de grupos	26.799	117	.229		
	Total	27.967	119			
líquido desinfectante en baños públicos	Entre grupos	.278	2	.139	.185	.832
	Dentro de grupos	88.089	117	.753		
	Total	88.367	119			
disponibilidad de agua las 24 horas	Entre grupos	1.819	2	.910	2.597	.079
	Dentro de grupos	40.973	117	.350		
	Total	42.792	119			
desinfección diaria de la indumentaria de zonas comunes	Entre grupos	5.118	2	2.559	3.810	.025
	Dentro de grupos	78.582	117	.672		
	Total	83.700	119			
higienización de las habitaciones	Entre grupos	.285	2	.142	.532	.589
	Dentro de grupos	31.307	117	.268		
	Total	31.592	119			
	Entre grupos	10.496	2	5.248	2.931	.057

botiquín de primeros auxilios en la habitación	Dentro de grupos	209.471	117	1.790		
	Total	219.967	119			
cajas de depósito seguras	Entre grupos	1.453	2	.727	2.713	.071
	Dentro de grupos	31.338	117	.268		
	Total	32.792	119			
cadenas en las puertas	Entre grupos	3.130	2	1.565	3.219	.044
	Dentro de grupos	56.870	117	.486		
	Total	60.000	119			
mirillas en las puertas	Entre grupos	3.565	2	1.783	2.471	.089
	Dentro de grupos	84.402	117	.721		
	Total	87.967	119			
sistema electrónico de bloqueo	Entre grupos	.848	2	.424	1.702	.187
	Dentro de grupos	29.144	117	.249		
	Total	29.992	119			
folletos multilingües	Entre grupos	11.504	2	5.752	7.077	.001
	Dentro de grupos	95.088	117	.813		
	Total	106.592	119			
funcionamiento 24 horas del equipo médico	Entre grupos	2.614	2	1.307	4.473	.013
	Dentro de grupos	34.178	117	.292		
	Total	36.792	119			
equipo médico	Entre grupos	4.444	2	2.222	7.459	.001
	Dentro de grupos	34.856	117	.298		
	Total	39.300	119			
	Entre grupos	2.060	2	1.030	2.338	.101

existencia de cámaras de seguridad	Dentro de grupos	51.532	117	.440		
	Total	53.592	119			
	<hr/>					
Detectores	Entre grupos	7.763	2	3.882	12.262	.000
	Dentro de grupos	37.037	117	.317		
	Total	44.800	119			
<hr/>						
rociadores, extintores o amortiguadores	Entre grupos	.939	2	.469	1.531	.221
	Dentro de grupos	35.861	117	.307		
	Total	36.800	119			
<hr/>						
Alarmas	Entre grupos	2.989	2	1.495	4.581	.012
	Dentro de grupos	38.177	117	.326		
	Total	41.167	119			

A continuación, en la tabla 7 se muestra los resultados ANOVA para la variación de la percepción de los clientes acerca de las medidas del sistema de seguridad y protección del Hotel según las edades de los mismos. En este caso quedó determinado por el software SPSS que los indicadores uso de guantes y mascarilla (sig.=0.007), guardias de seguridad (sig.=0.020) y alarmas (sig.=0.18) poseen diferencias estadísticamente significativas entre sus medias, mientras que en el resto de indicadores no existe diferencias estadísticamente significativas.

Tabla 7. Prueba de Anova de acuerdo a la edad

Resultados ANOVA por edad						
		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	P
uso de guantes y mascarilla	Entre grupos	3.116	4	.779	3.678	.007
	Dentro de grupos	24.351	115	.212		
	Total	27.467	119			
<hr/>						
uso de láminas protectoras	Entre grupos	3.090	4	.772	1.944	.108
	Dentro de grupos	45.702	115	.397		
	<hr/>					

	Total	48.792	119			
prohibición de la entrada a personal con sintomatología	Entre grupos	1.638	4	.410	1.533	.197
	Dentro de grupos	30.728	115	.267		
	Total	32.367	119			
personal con conocimiento en seguridad y protección	Entre grupos	1.919	4	.480	1.157	.333
	Dentro de grupos	47.673	115	.415		
	Total	49.592	119			
pasos podálicos	Entre grupos	3.793	4	.948	.813	.520
	Dentro de grupos	134.199	115	1.167		
	Total	137.992	119			
desinfección constante	Entre grupos	2.746	4	.687	1.298	.275
	Dentro de grupos	60.845	115	.529		
	Total	63.592	119			
eliminación del autoservicio	Entre grupos	2.540	4	.635	1.346	.257
	Dentro de grupos	54.260	115	.472		
	Total	56.800	119			
implementación de códigos QR	Entre grupos	2.708	4	.677	.829	.510
	Dentro de grupos	93.959	115	.817		
	Total	96.667	119			
medición de la temperatura	Entre grupos	4.112	4	1.028	1.240	.298
	Dentro de grupos	95.355	115	.829		
	Total	99.467	119			
desinfección del equipaje	Entre grupos	5.894	4	1.473	1.066	.376
	Dentro de grupos	158.898	115	1.382		
	Total	164.792	119			

señalización y mamparas protectoras	Entre grupos	5.633	4	1.408	1.023	.399
	Dentro de grupos	158.367	115	1.377		
	Total	164.000	119			
guardias de seguridad	Entre grupos	6.528	4	1.632	3.053	.020
	Dentro de grupos	61.472	115	.535		
	Total	68.000	119			
socorristas en piscina y playa	Entre grupos	3.955	4	.989	1.455	.221
	Dentro de grupos	78.170	115	.680		
	Total	82.125	119			
valla aseguradora y antideslizante	Entre grupos	6.371	4	1.593	1.397	.239
	Dentro de grupos	131.096	115	1.140		
	Total	137.467	119			
señalización en el área de niños	Entre grupos	1.957	4	.489	.908	.462
	Dentro de grupos	61.968	115	.539		
	Total	63.925	119			
actividades al aire libre	Entre grupos	1.636	4	.409	.226	.923
	Dentro de grupos	207.956	115	1.808		
	Total	209.592	119			
capacidad reducida	Entre grupos	2.928	4	.732	.947	.440
	Dentro de grupos	88.864	115	.773		
	Total	91.792	119			
distanciamiento social	Entre grupos	6.763	4	1.691	1.836	.127
	Dentro de grupos	105.903	115	.921		
	Total	112.667	119			
	Entre grupos	2.059	4	.515	.990	.416

cambio de artículos de uso personal	Dentro de grupos	59.807	115	.520		
	Total	61.867	119			
limpieza de zonas comunes	Entre grupos	1.721	4	.430	1.885	.118
	Dentro de grupos	26.246	115	.228		
	Total	27.967	119			
líquido desinfectante en baños públicos	Entre grupos	1.126	4	.281	.371	.829
	Dentro de grupos	87.241	115	.759		
	Total	88.367	119			
disponibilidad de agua las 24 horas	Entre grupos	2.523	4	.631	1.802	.133
	Dentro de grupos	40.268	115	.350		
	Total	42.792	119			
desinfección diaria de la indumentaria de zonas comunes	Entre grupos	3.472	4	.868	1.244	.296
	Dentro de grupos	80.228	115	.698		
	Total	83.700	119			
higienización de las habitaciones	Entre grupos	1.507	4	.377	1.440	.225
	Dentro de grupos	30.085	115	.262		
	Total	31.592	119			
botiquín de primeros auxilios en la habitación	Entre grupos	11.971	4	2.993	1.655	.165
	Dentro de grupos	207.996	115	1.809		
	Total	219.967	119			
cajas de depósito seguras	Entre grupos	1.542	4	.386	1.419	.232
	Dentro de grupos	31.250	115	.272		
	Total	32.792	119			
cadenas en las puertas	Entre grupos	.866	4	.217	.421	.793

	Dentro de grupos	59.134	115	.514		
	Total	60.000	119			
mirillas en las puertas	Entre grupos	2.744	4	.686	.926	.452
	Dentro de grupos	85.223	115	.741		
	Total	87.967	119			
sistema electrónico de bloqueo	Entre grupos	.698	4	.174	.685	.604
	Dentro de grupos	29.294	115	.255		
	Total	29.992	119			
folletos multilingües	Entre grupos	8.096	4	2.024	2.363	.057
	Dentro de grupos	98.495	115	.856		
	Total	106.592	119			
funcionamiento 24 horas del equipo médico	Entre grupos	.819	4	.205	.654	.625
	Dentro de grupos	35.973	115	.313		
	Total	36.792	119			
equipo médico	Entre grupos	1.013	4	.253	.760	.553
	Dentro de grupos	38.287	115	.333		
	Total	39.300	119			
existencia de cámaras de seguridad	Entre grupos	1.574	4	.394	.870	.484
	Dentro de grupos	52.018	115	.452		
	Total	53.592	119			
Detectores	Entre grupos	2.633	4	.658	1.795	.135
	Dentro de grupos	42.167	115	.367		
	Total	44.800	119			
	Entre grupos	.983	4	.246	.789	.535

rociadores, extintores o amortiguadores	Dentro de grupos	35.817	115	.311
	Total	36.800	119	
Alarmas	Entre grupos	4.028	4	1.007 3.118 .018
	Dentro de grupos	37.138	115	.323
	Total	41.167	119	

La tabla 8 muestra los resultados ANOVA por género para la variación de la percepción de los clientes en cuanto a las medidas del sistema de seguridad y protección del Hotel. En este caso, los indicadores medición de la temperatura (sig.=0.016), higienización de las habitaciones (sig.=0.016), sistema electrónico de bloqueo (sig.=0.018), funcionamiento 24 horas del equipo médico (sig.=0.001) y rociadores, extintores o amortiguadores (sig.=0.004) presentan diferencias estadísticamente significativas en sus medias. El resto de los indicadores cuentan con un nivel de significancia superior a 0.05.

Tabla 8. Prueba de Anova de acuerdo al género

Resultados ANOVA por género						
		Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	P
uso de guantes y mascarilla	Entre grupos	.288	1	.288	1.251	.266
	Dentro de grupos	27.179	118	.230		
	Total	27.467	119			
uso de láminas protectoras	Entre grupos	.729	1	.729	1.790	.183
	Dentro de grupos	48.063	118	.407		
	Total	48.792	119			
prohibición de la entrada a personal con sintomatología	Entre grupos	.043	1	.043	.157	.693
	Dentro de grupos	32.324	118	.274		
	Total	32.367	119			
personal con conocimiento en seguridad y protección	Entre grupos	.143	1	.143	.341	.560
	Dentro de grupos	49.449	118	.419		

	Total	49.592	119			
pasos podáticos	Entre grupos	.572	1	.572	.491	.485
	Dentro de grupos	137.420	118	1.165		
	Total	137.992	119			
desinfección constante	Entre grupos	.172	1	.172	.320	.573
	Dentro de grupos	63.420	118	.537		
	Total	63.592	119			
eliminación del autoservicio	Entre grupos	.976	1	.976	2.064	.153
	Dentro de grupos	55.824	118	.473		
	Total	56.800	119			
implementación de códigos QR	Entre grupos	.060	1	.060	.073	.788
	Dentro de grupos	96.607	118	.819		
	Total	96.667	119			
medición de la temperatura	Entre grupos	4.768	1	4.768	5.941	.016
	Dentro de grupos	94.699	118	.803		
	Total	99.467	119			
desinfección del equipaje	Entre grupos	.004	1	.004	.003	.959
	Dentro de grupos	164.788	118	1.397		
	Total	164.792	119			
señalización y mamparas protectoras	Entre grupos	.033	1	.033	.024	.877
	Dentro de grupos	163.967	118	1.390		
	Total	164.000	119			
guardias de seguridad	Entre grupos	.134	1	.134	.233	.630
	Dentro de grupos	67.866	118	.575		
	Total	68.000	119			

socorristas en piscina y playa	Entre grupos	.033	1	.033	.048	.827
	Dentro de grupos	82.092	118	.696		
	Total	82.125	119			
valla aseguradora y antideslizante	Entre grupos	1.518	1	1.518	1.318	.253
	Dentro de grupos	135.949	118	1.152		
	Total	137.467	119			
señalización en el área de niños	Entre grupos	.012	1	.012	.022	.882
	Dentro de grupos	63.913	118	.542		
	Total	63.925	119			
actividades al aire libre	Entre grupos	.518	1	.518	.292	.590
	Dentro de grupos	209.074	118	1.772		
	Total	209.592	119			
capacidad reducida	Entre grupos	.093	1	.093	.120	.730
	Dentro de grupos	91.699	118	.777		
	Total	91.792	119			
distanciamiento social	Entre grupos	.450	1	.450	.473	.493
	Dentro de grupos	112.217	118	.951		
	Total	112.667	119			
cambio de artículos de uso personal	Entre grupos	.007	1	.007	.014	.906
	Dentro de grupos	61.859	118	.524		
	Total	61.867	119			
limpieza de zonas comunes	Entre grupos	.250	1	.250	1.065	.304
	Dentro de grupos	27.717	118	.235		
	Total	27.967	119			
	Entre grupos	1.400	1	1.400	1.900	.171

líquido desinfectante en baños públicos	Dentro de grupos	86.967	118	.737		
	Total	88.367	119			
disponibilidad de agua las 24 horas	Entre grupos	.238	1	.238	.660	.418
	Dentro de grupos	42.554	118	.361		
	Total	42.792	119			
desinfección diaria de la indumentaria de zonas comunes	Entre grupos	.905	1	.905	1.290	.258
	Dentro de grupos	82.795	118	.702		
	Total	83.700	119			
higienización de las habitaciones	Entre grupos	1.518	1	1.518	5.956	.016
	Dentro de grupos	30.074	118	.255		
	Total	31.592	119			
botiquín de primeros auxilios en la habitación	Entre grupos	.554	1	.554	.298	.586
	Dentro de grupos	219.413	118	1.859		
	Total	219.967	119			
cajas de depósito seguras	Entre grupos	.729	1	.729	2.684	.104
	Dentro de grupos	32.063	118	.272		
	Total	32.792	119			
cadenas en las puertas	Entre grupos	1.641	1	1.641	3.317	.071
	Dentro de grupos	58.359	118	.495		
	Total	60.000	119			
mirillas en las puertas	Entre grupos	.029	1	.029	.039	.844
	Dentro de grupos	87.937	118	.745		
	Total	87.967	119			
	Entre grupos	1.400	1	1.400	5.779	.018

sistema electrónico de bloqueo	Dentro de grupos	28.592	118	.242		
	Total	29.992	119			
folletos multilingües	Entre grupos	.038	1	.038	.042	.838
	Dentro de grupos	106.554	118	.903		
	Total	106.592	119			
funcionamiento 24 horas del equipo médico	Entre grupos	3.129	1	3.129	10.967	.001
	Dentro de grupos	33.663	118	.285		
	Total	36.792	119			
equipo médico	Entre grupos	.976	1	.976	3.006	.086
	Dentro de grupos	38.324	118	.325		
	Total	39.300	119			
existencia de cámaras de seguridad	Entre grupos	.000	1	.000	.000	.986
	Dentro de grupos	53.592	118	.454		
	Total	53.592	119			
Detectores	Entre grupos	.005	1	.005	.014	.906
	Dentro de grupos	44.795	118	.380		
	Total	44.800	119			
rociadores, extintores o amortiguadores	Entre grupos	2.476	1	2.476	8.513	.004
	Dentro de grupos	34.324	118	.291		
	Total	36.800	119			
Alarmas	Entre grupos	.093	1	.093	.267	.606
	Dentro de grupos	41.074	118	.348		
	Total	41.167	119			

Conclusiones

Esta investigación abordó un tema de suma importancia actualmente, basando sus enfoques teóricos y empíricos en la percepción de los turistas acerca de la seguridad y protección en hoteles en la etapa poscovid-19. Luego del análisis estadístico descrito en anteriores epígrafes se probaron las siguientes hipótesis. La seguridad y protección de un destino turístico; ya sea país, ciudad u establecimiento hotelero denota gran importancia y relevancia a la hora de que el turista escoge viajar. Los resultados revelados por la estadística descriptiva muestran que existen diferencias estadísticamente significativas en cuanto a la percepción de los clientes del sistema de seguridad y protección del Hotel según la nacionalidad, edad y género de los mismos. Por otro lado, los resultados ANOVA mostraron que también existen diferencias estadísticamente significativas en algunos de los indicadores medidos en cuanto a la percepción de los clientes según sus nacionalidades, edades y género.

Hipótesis 1

Para evaluar si se cumple la Hipótesis 1 (H1): La percepción de los clientes del Hotel acerca del sistema de seguridad y protección se ve afectada según la nacionalidad de los mismos. En este caso, se puede observar que la mayoría de las variables no muestran una diferencia significativa entre los grupos. Sin embargo, hay algunas variables que muestran una diferencia significativa entre los grupos, como la implementación de códigos QR, la presencia de socorristas en la piscina y playa, la señalización en el área de niños, el distanciamiento social, los folletos multilingües, el funcionamiento 24 horas del equipo médico, el equipo médico, detectores y alarmas.

Por lo tanto, se puede concluir que la Hipótesis 1 podría ser cierta para algunas variables, pero no para todas. Es posible que la percepción de seguridad y protección del hotel sea más afectada por algunas medidas de seguridad específicas que por la nacionalidad de los clientes.

Hipótesis 2

La Hipótesis 2 (H2): La percepción de los clientes del Hotel acerca del sistema de seguridad y protección se ve afectada según la edad de los mismos, en este caso, se puede observar que hay algunas variables que muestran una diferencia significativa entre los grupos en términos de la percepción de seguridad y protección del hotel. Por ejemplo, la variable "Guardias de seguridad" muestra una diferencia significativa entre los grupos, lo que indica que la percepción de los clientes sobre la presencia de guardias de seguridad se ve afectada por la edad de los mismos. También las variables "Alarmas", "Uso de guantes y mascarilla" y "Folletos multilingües" muestran una diferencia significativa entre los grupos.

Por lo tanto, se puede concluir que la Hipótesis 2 es cierta para algunas variables, lo que indica que la percepción de seguridad y protección del hotel puede verse afectada por la edad de los clientes para algunas medidas específicas de seguridad. Sin embargo, la mayoría de las variables no muestran

una diferencia significativa entre los grupos de edad, lo que sugiere que la percepción de seguridad y protección del hotel no se ve afectada por la edad de los clientes en general.

Hipótesis 3

La Hipótesis 3 (H3): La percepción de los clientes del Hotel acerca del sistema de seguridad y protección se ve afectada según el género de los mismos, en este caso, se puede observar que existen algunas variables que muestran una diferencia significativa entre los grupos en términos de la percepción de seguridad y protección del hotel. Los indicadores medición de la temperatura, higienización de las habitaciones, sistema electrónico de bloqueo, funcionamiento 24 horas del equipo médico y rociadores, extintores o amortiguadores presentan diferencias estadísticamente significativas en sus medias. Por lo tanto, se puede concluir que la Hipótesis 3 es cierta para algunas variables, lo que indica que la percepción de seguridad y protección del hotel puede verse afectada por el género de los clientes para algunas medidas específicas de seguridad.

Con todos los eventos que tienen lugar en todo el mundo, las preocupaciones de seguridad aumentan continuamente. Como consecuencia de guerras, conflictos o problemas sociales, los problemas de seguridad deben evaluarse minuciosamente y deben tomarse las medidas necesarias para reducir los riesgos y mejorar la seguridad de las personas, los bienes y las instalaciones (Affandi & Husain, 2013). Para atraer a los clientes a visitar los hoteles, estos deben concentrarse en mejorar las percepciones de seguridad y reducir los niveles de ansiedad de los mismos mediante la implementación de estrategias o planes de reducción de riesgos. La implementación de innovaciones tecnológicas para reducir las interacciones de los huéspedes con los empleados del hotel y para mejorar su limpieza puede ser una estrategia eficaz para reducir el riesgo para la salud de los clientes (Seyitoğlu & Ivánov, 2020).

La seguridad y la protección son determinantes en la competitividad del sector turístico y, por tanto, deben medirse y considerarse cuidadosamente (Efendi, 2020). Cuba destaca como uno de los destinos más seguros a nivel mundial, no obstante, se requiere de un trabajo sostenido por parte de los diferentes actores en el destino turístico principalmente a partir del impacto de la Covid-19.

La pandemia de coronavirus implica demandas adicionales por parte de los turistas y medidas de seguridad mucho mayores por parte de los hoteleros porque ahora las personas basan su decisión de viajar principalmente en el nivel de cumplimiento de las normas de seguridad y protección (Enz & Mazako 2002). Los destinos turísticos necesitan anticiparse y garantizar aquellas medidas de seguridad y protección para los clientes, de manera que se garantice la seguridad de los turistas y la recuperación del sector. Sin lugar a dudas, la recuperación del turismo en la era poscovid-19 requiere de la adopción de medidas de prevención, principalmente dirigidas a la desinfección y el distanciamiento social (Simpeh & Adisa, 2020).

Este artículo evalúa la percepción de los clientes acerca de las medidas de seguridad y protección que emplea, en este caso, el Hotel Gran Muthu Almirante Beach, teniendo en cuenta la nacionalidad, edad y género. Un estudio profundo confirmó la importancia de este tema actualmente en la industria turística para la elección del destino turístico a visitar y la evaluación del mismo y su satisfacción. Debido a la insuficiente literatura e información del tema tratado es que se desarrolló esta investigación y que exhorta a futuras intervenciones de otros estudiosos del turismo a nivel nacional e internacional.

Pese a que las hipótesis solo se pudieron confirmar parcialmente debido a que los criterios de evaluación varían de un indicador a otro, los resultados arrojados por las encuestas realizadas a los clientes del Hotel de manera general son muy satisfactorios, pues no existen grandes inconformidades con las medidas adoptadas. Es por esto que el análisis en cuanto a la veracidad de los resultados se podría extender. Sin lugar a dudas, como bien se planteó en las hipótesis, la edad, nacionalidad y género son variantes que influyen en la percepción de la calidad del sistema de seguridad y protección, a partir de la influencia de ciertos aspectos ideológicos, culturales, morales, entre otros.

A modo de resumen, este artículo es el fruto del interés y la necesidad cada vez más imperante de conocer la importancia del buen funcionamiento de la seguridad y la protección en el turismo para su desarrollo próspero y continuo, dadas las exigencias de los clientes y en una etapa en los que nos vemos afectados por la pandemia Covid-19. Las investigaciones futuras, como continuación y enriquecimiento de la presente deben centrarse en analizar los resultados obtenidos enfocados en validar completamente las hipótesis planteadas. Apoyándose en nueva literatura, herramientas y tecnología de investigación más avanzada. Es por lo antes expuesto que se puede afirmar que este artículo constituye una base sólida para posteriores estudios y además contribuye a enriquecer la literatura sobre seguridad y protección en hoteles.

Implicaciones teóricas:

Este estudio contribuye a la teoría de la seguridad y protección en el ámbito hotelero al proporcionar información sobre cómo la percepción de seguridad y protección de los clientes puede verse afectada por la nacionalidad, edad y género. Además, el estudio destaca la importancia de implementar medidas de seguridad efectivas para mejorar la percepción de seguridad de los clientes.

Implicaciones prácticas:

Las implicaciones prácticas del estudio son significativas para los gerentes de hoteles y otros profesionales del sector turístico que buscan mejorar la seguridad y la experiencia del cliente. Los resultados sugieren que los hoteles deben implementar medidas de seguridad efectivas para mejorar la percepción de seguridad de los clientes y adaptarlas según las diferentes necesidades y expectativas de seguridad de los clientes según su edad y nacionalidad. Además, los hallazgos del estudio pueden ser útiles para desarrollar estrategias

de marketing dirigidas a diferentes grupos de clientes según su perfil demográfico.

Limitaciones:

Este estudio tiene algunas limitaciones que deben tenerse en cuenta al interpretar los resultados. En primer lugar, los datos se recopilaron en un solo hotel, lo que limita la generalización de los resultados a otros hoteles o destinos turísticos. En segundo lugar, los datos se basaron en la percepción de los clientes, lo que puede ser subjetivo y estar influenciado por factores externos. Además, es posible que otras variables no incluidas en el estudio puedan influir en la percepción de seguridad y protección del hotel. Por último, aunque el estudio se centró en tres variables demográficas (nacionalidad, edad y género), existen otras variables demográficas que también pueden influir en la percepción de seguridad y protección del hotel, como el nivel socioeconómico y la educación.

Referencias bibliográficas

- Affandi, A., & Husain, M. (2013). Low Cost and Simple Management and Security System for Hospitals and Hotels. *International Journal of Computational Engineering*, 03(4). http://www.ijceronline.com/papers/Vol3_issue4/F034029040.pdf
- Aguasaco, E. (2016). Propuesta para la estandarización básica de las medidas de seguridad física en las habitaciones de un hotel cinco estrellas en la localidad de Fontibon en Bogotá, Colombia. Administración de seguridad y salud ocupacional Bogotá
- Akbaba, A. (2006). Measuring service quality in the hotel industry: A study in a business hotel in Turkey. *Hospitality Management*, 25, 170–192. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2005.08.006>
- AlBattat, A. R., & Mat Som, A. P. (2013). Emergency preparedness for disasters and crises in the hotel industry. *Sage Open*, 3(3), 1–10. <https://doi.org/10.1177/2158244013505604>
- Anichiti, A., Dragolea, L.-L., Hars, G.-D. T., Haller, A. P., & Butnaru, G. I. (2021). Aspects Regarding Safety and Security in Hotels: Romanian Experience. *Information*, 12, 44. <https://doi.org/10.3390/info12010044>
- Atadil, H. A., & Lu, Q. (2021). An investigation of underlying dimensions of customers' perceptions of a safe hotel in the COVID-19 era: effects of those perceptions on hotel selection behaviour. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 30(6), 655-672, <http://dx.doi.org/10.1080/19368623.2021.1877588>
- Awan, M. I., & Shamim, A. (2020). Implementing 'cleanliness is half of faith' in re-designing tourists, experiences and salvaging the hotel industry in

-
- Malaysia during COVID-19 pandemic. *Journal of Islamic Marketing*, 1759-0833. <http://dx.doi.org/10.1108/JIMA-08-2020-0229>
- Basil, M. (2011). Use of photography and video in observational research. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 14(3), 246 – 257. <http://dx.doi.org/10.1108/13522751111137488>
- Bonfanti, A., Vigoló, V., & Yfantidou, G. (2021). The impact of the Covid-19 pandemic on customer experience design: The hotel managers' perspective. *International Journal of Hospitality Management*, 94, 102871. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.102871>
- Chan, E. S., & Lamb, D. (2013). Hotel safety and security systems: Bridging the gap between managers and guests. *International Journal of Hospitality Management*, 32, 202–216. <http://dx.doi.org/10.1016/j.ijhm.2012.05.010>
- Cuomo, M. T., Tortora, D., Danovi, A., Festa, G., & Metallo, G. (2021). Toward a 'New Normal'? Tourist Preferences Impact on Hospitality Industry Competitiveness. *Corp Reputation Rev.* <https://doi.org/10.1057/s41299-021-00123-7>
- de Winter, J. D., Dodou, D., & Wieringa, P. A. (2009). Exploratory factor analysis with small sample sizes. *Multivar. Behav. Res.*, 44, 147–181.
- Dias, Á., Aldana, I., Pereira, L., Lopes da Costa, R., & António, N. (2021). A Measure of Tourist Responsibility. *Sustainability*, 13, 3351. <https://doi.org/10.3390/su13063351>
- Díaz, J. M., Quintana, T., & Cabrera, Y. (2021). Public strategies to rescue the hospitality industry following the impact of COVID-19: A case study of the European Union. *International Journal of Hospitality Management*, 97, 102988. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.102988>
- Díaz, M. M., & Muñoz, J. J. (2021). Medición de la satisfacción a través de los atributos de la calidad percibida en una muestra de clientes de hoteles. *ROTUR Revista de Ocio y Turismo*, 15(1), 78-97. <https://doi.org/10.17979/rotur.2021.15.1.5985>
- Duro, J. A., Laborda, A., Prats, J., Fernández, M. (2021). Covid-19 and tourism vulnerability. *Tourism Management Perspectives*, 38, 100819. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2021.100819>
- Efendi, M. (2020). The Problems Faced by Hotel Security Managers: Antalya Case. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8 (1), 388-403. <https://doi.org/10.21325/jotags.2019.554>
- Enz, C. A., & Mazako, S. T. (2002). The Safety and Security of U.S. Hotels. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*.
- Feng, L., & Hao, Y. (2021). Optimization Algorithm of Tourism Security Early Warning Information System Based on Long Short-Term Memory (LSTM).

- Filimonau, V., B. B. D., & Matute, J. (2020). The COVID-19 pandemic and organisational commitment of senior hotel managers. *International Journal of Hospitality Management*, 91, 102659. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102659>
- Gursoy, D., & Chi, C. G. (2020). Effects of COVID-19 pandemic on hospitality industry: Review of the current situations and a research agenda. *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 29(5), 527–529. <https://doi.org/10.1080/19368623.2020.1788231>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2014). *Multivariate data analysis*. Pearson Education Limited.
- Hoefler, A., Pampaka, D., Wagner, E. R., Herrera, A. A., Alonso, E. G.-R., López-Perea, N., Portero, R. C., Herrera-León, L., Herrera-León, S., & Gallo, D. N. (2020). Management of a COVID-19 outbreak in a hotel in Tenerife, Spain. *International Journal of Infectious Diseases*, 96, 384–386. <https://doi.org/10.1016/j.ijid.2020.05.047>
- Humagain, P., & Singleton, P. A. (2021). Exploring tourists' motivations, constraints, and negotiations regarding outdoor recreation trips during COVID-19 through a focus group study. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 36, 100447. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2021.100447>
- IBISWorld. (2020). *Hotels & Motels in the US - Market size 2002–2026*. IBISWorld. <https://www.ibisworld.com/industry-statistics/market-size/hotels-motels-united-states/>
- Kar, A. K., Kumar, S., & Ilavarasan, P. V. (2021). Modelling the Service Experience Encounters Using User Generated Content: A Text Mining Approach. *Global Journal of Flexible Systems Management*, 22(4):267–288. <https://doi.org/10.1007/s40171-021-00279-5>
- Kim, J. J., & Han, H. (2022). Saving the hotel industry: Strategic response to the COVID-19 pandemic, hotel selection analysis, and customer retention. *International Journal of Hospitality Management*, 102, 103163. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2022.103163>
- Lee, S. H. (2020). New measuring stick on sharing accommodation: Guest-perceived benefits and risks. *International Journal of Hospitality Management*, 87, 102471. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102471>
- Leyva, B. S. (2017). Valoración de las técnicas de colección de la información primaria empleadas en el Restaurante Isla Cristal.
- Li, J., Nguyen, T. H. H., & Coca-Stefaniak, J. A. (2020). Coronavirus impacts on post-pandemic planned travel behaviors. *Annals of Tourism Research*, 102964. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102964>

-
- Moreno, A. G., García-Morales, V. J., & Rojas, R. M. (2021). Going beyond the curve: Strategic measures to recover hotel activity in times of COVID-19. *International Journal of Hospitality Management*, 96, 102928. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2021.102928>
- NY Times. (2020). Covid world map: Tracking the global outbreak. The New York Times Company. Retrieved November 18, 2020, from <https://www.nytimes.com/interactive/2020/world/coronavirus-maps.html#countries>
- OMS, O. M. (2020). Gestión del COVID-19 en hoteles y otras entidades del sector alojamiento: orientaciones provisionales.
- Park, I. J., & Hai, S. (2021). ¿ How does career future time perspective moderate in the relationship between infection anxiety with the COVID-19 and service behavior among hotel employees?. *Tourism Management Perspectives*, 39, 100846. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2021.100846>
- Pizam, A. (2010). Hotels as tempting targets for terrorism attacks. *International Journal of Hospitality Management*, 29(1), 1. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2009.10.019>
- Rivera, M. (2020). Hitting the reset button for hospitality research in times of crisis: Covid19 and beyond. *International Journal of Hospitality Management*, 87, 102528. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102528>
- Salem, I. E., Elbaz, A. M., Elkhwesky, Z., & Ghazi, K. M. (2021). The COVID-19 pandemic: The mitigating role of government and hotel support of hotel employees in Egypt. *Tourism Management*, 85, 104305. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2021.104305>
- Seyitoğlu, F., & Ivánov, S. (2020). A conceptual framework of the service delivery system design for hospitality firms in the (post-)viral world: The role of service robots. *International Journal of Hospitality Management*, 91, 102661. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102661>
- Shin, H., & Kang, J. (2020). Reducing perceived health risk to attract hotel customers in the COVID-19 pandemic era: Focused on technology innovation for social distancing and cleanliness. *International Journal of Hospitality Management*, 91, 102664. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102664>
- Sigala, M. (2020). Tourism and COVID-19: Impacts and implications for advancing and resetting industry and research. *Journal of Business Research*, 117, 312–321. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.06.015>
- Simpeh, F., & Adisa, S. (2020). On-campus student accommodation safety measures: provision versus risk analysis. *International Journal of Building Pathology and Adaptation*, 2398-4708. <https://doi.org/10.1108/IJBPA-06-2020-0047>

-
- Sönmez, S., Apostolopoulos, Y., Lemke, K., & Hsieh, Y. C. (2020). Understanding the effects of COVID-19 on the health and safety of immigrant hospitality workers in the United States. *Tourism Management Perspectives*, 35, 100717. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100717>
- Spennemann, H. R., & Whisted, R. (2021). The impact of COVID-19 on the Australian outdoor recreation industry from the perspective of practitioners. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2021.100445>
- Tanford, S., Raab, C., & Kim, Y. S. (2012). Determinants of customer loyalty and purchasing behavior for full-service and limited-service hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 31, 319– 328. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2011.04.006>
- Teroovengadum, I., Christian, M., Ringle, F., & Sunnassee, V. (2019). Service quality and customer satisfaction: The moderating effects of hotel star rating. *International Journal of Hospitality Management*. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.102414>
- Tinakhat, P. (2017). Guest room safety management of resort hotels as destination in Thailand (A case study of Khao Kor District, Phetchabun Province). *Journal of Tourism Theory and Research*, 3(2). <http://dergipark.gov.tr/jttr>
- USA Today. (2020). Meet Pepper and Whiz: Japan debuts robots at hotels to look after coronavirus patients. USA Today. <https://www.usatoday.com/story/travel/hotels/2020/05/01/coronavirus-hotel-robots-japan-debuts-tech-overflow-patients/3065881001/>
- Veleva, M., & Yancheva, K. (2017). Opportunities for handling child aggression in tourist animation through creative tourism. *Eastern Academic Journal*, (4), 1-9.
- Villa-Clarke, A. (2020). Safe havens, sustainability and social distancing: Welcome to a new era of travel. Forbes. <https://www.forbes.com/sites/angelinavillaclarke/2020/06/10/safe-havenssustainability-and-social-distancing-welcome-to-a-new-era-of-travel/?fbclid=IwAR3t61Y#7ed8c18057eb>
- Volgger, M., B, R. T., & Aebli, A. (2021). Recovery of domestic tourism during the COVID-19 pandemic: An experimental comparison of interventions. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 48, 428-440. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2021.07.015>
- Wachyuni, S. S., & Kusumaningrum, D. A. (2020). The effect of COVID-19 pandemic: How are the future tourist behavior? *Journal of Education, Society and Behavioural Science*, 33(4), 67–76. <https://doi.org/10.9734/jesbs/2020/v33i430219>.
-



Capítulo XI. Un análisis de la dinámica de los servicios odontológicos en el contexto del turismo médico en México

UN ANÁLISIS DE LA DINÁMICA DE LOS SERVICIOS ODONTOLÓGICOS EN EL CONTEXTO DEL TURISMO MÉDICO EN MÉXICO

Un análisis de la dinámica de los servicios odontológicos en el contexto del turismo médico en México

David Rabadán Martínez

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Complejo Regional Sur

<https://orcid.org/0000-0001-5370-0834>

davistzan_rabadan@hotmail.com

Manuel Arturo Romero de la Vega

Universidad Autónoma Metropolitana Xochimilco

<https://orcid.org/0000-0003-3300-5214>

manuel.romero@correo.buap.mx

Antonio Rabadán Martínez

Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla. México

<https://orcid.org/0009-0008-5954-9379>

rabadanmtz@gmail.com

Como citar: Rabadán Martínez, D., Romero de la Vega, M, A., & Rabadán Martínez, A. (2024). Un análisis de la dinámica de los servicios odontológicos en el contexto del turismo médico en México. In *Perspectivas multidisciplinares del turismo: Desafíos y oportunidades en Cuba y México* (pp. 194-206). Ciencia Digital. <http://libros.cienciadigital.org/index.php/CienciaDigitalEditorial/catalog/book/>

Resumen

El turismo médico ha experimentado un notable aumento en las últimas décadas, siendo un fenómeno cada vez más común donde los pacientes viajan fuera de su entorno habitual en busca de atención médica y tratamientos específicos. Este estudio se centra en analizar el comportamiento de los servicios odontológicos como una actividad dentro del turismo médico en los municipios de Puebla, Tehuacán y Ciudad de México, con el fin de comprender su impacto en proveedores y pacientes. Se utilizó un diseño no experimental de corte transversal con enfoque exploratorio-descriptivo. La recopilación de datos se llevó a cabo mediante la aplicación de cuestionarios a turistas que recibieron servicios odontológicos en estos municipios y a organizaciones de salud públicas y privadas que ofrecían dichos servicios. Los principales resultados revelaron una tendencia creciente de turistas provenientes de países desarrollados, fundamentalmente Estados Unidos, hacia destinos donde pueden encontrar servicios odontológicos a precios más competitivos. Además, se identificaron diferencias significativas en la oferta de servicios entre el sector público y privado. Como principales conclusiones se destaca la necesidad de una mayor comprensión y regulación del turismo médico, así como de políticas que promuevan la equidad en el acceso a la atención odontológica. Este estudio proporciona una visión detallada de la dinámica y los patrones del turismo

médico en los municipios estudiados, contribuyendo al conocimiento científico en este campo y brindando información relevante para la toma de decisiones en políticas turísticas y en el sector de la salud.

Palabras clave: Turismo médico, servicios odontológicos, estudio exploratorio-descriptivo, México

Abstract

Medical tourism has experienced a notable increase in recent decades, becoming an increasingly common phenomenon where patients travel outside their usual environment in search of medical care and specific treatments. This study focuses on analyzing the behavior of dental services as an activity within medical tourism in the municipalities of Puebla, Tehuacán, and Mexico City, in order to understand its impact on providers and patients. A non-experimental cross-sectional design with an exploratory-descriptive approach was used. Data collection was carried out through questionnaires administered to tourists who received dental services in these municipalities and to public and private health organizations offering such services. The main results revealed a growing trend of tourists from developed countries, mainly the United States, towards destinations where they can find dental services at more competitive prices. Additionally, significant differences in service provision between the public and private sectors were identified. Key conclusions highlight the need for greater understanding and regulation of medical tourism, as well as policies that promote equity in access to dental care. This study provides a detailed insight into the dynamics and patterns of medical tourism in the studied municipalities, contributing to scientific knowledge in this field and providing relevant information for decision-making in tourism policies and the healthcare sector.

Keywords: Medical tourism, dental services, exploratory-descriptive study, Mexico

Introducción

El incremento global en la movilidad de pacientes y profesionales de la salud, así como en la adopción de tecnología médica, y la convergencia de regulaciones a través de fronteras nacionales, ha generado una transformación en los modelos de consumo y producción de servicios médicos en las últimas décadas. Un aspecto relevante y emergente de esta dinámica comercial en el ámbito de la salud es la proliferación del turismo médico, que implica el traslado de pacientes fuera de su entorno habitual con el propósito de recibir atención médica y tratamientos específicos (Leggat, 2015).

Este fenómeno, cada vez más común, se materializa cuando los consumidores optan por desplazarse internacionalmente, o dentro de las fronteras nacionales, para acceder a servicios médicos diversos, entre los que se destacan el cuidado

dental, la cirugía plástica, procedimientos electivos y terapias de fertilidad. Este cambio de paradigma ha sido motivado, en gran medida, por la búsqueda de tratamientos de bajo costo en países menos desarrollados, facilitado por el abaratamiento de los vuelos y el acceso a información en línea. Como resultado, se observa una tendencia creciente de pacientes provenientes de naciones más prósperas y desarrolladas hacia destinos donde pueden encontrar servicios médicos a precios más competitivos (Mathijssen & Mathijssen, 2020).

En este contexto la interrelación entre las actividades turísticas, sus impactos y el bienestar de quienes participan en el consumo de productos y servicios de salud constituye un área de investigación en crecimiento, que está atrayendo una atención cada vez mayor (Golcheshmeh, 2023). Algunos estudios evidencian las estrechas conexiones entre el turismo médico y el mejoramiento tanto de la calidad de vida como del bienestar general de los turistas y señalan la necesidad de comprender y fomentar prácticas turísticas que contribuyan positivamente al bienestar físico, mental y social tanto de los visitantes como de la comunidad local.

Una de las actividades que resultan de mayor interés en la búsqueda de servicios médicos es justamente el cuidado dental. La práctica de adquirir atención odontológica fuera del país de origen, financiada directamente por los individuos, se identifica como una faceta del turismo médico. Tanto los medios de comunicación como la industria presentan el turismo médico como una oportunidad para que pacientes y proveedores seleccionen entre diversos sitios de la industria y entornos regulatorios para organizar su atención o prácticas profesionales (Collins, 2022). Esta industria se ha representado en los medios como una "zona segura" o una "válvula de escape", ofreciendo opciones de atención alternativas debido a las marcadas disparidades económicas entre el norte y el sur global, así como a la flexibilidad del entorno regulatorio en el cual se brinda atención a los pacientes.

En México, las autoridades gubernamentales a nivel federal, estatal y municipal han asignado recursos significativos para impulsar y respaldar financieramente las actividades turísticas, incluyendo específicamente el turismo médico. La Oficina de Turismo y Convenciones de México (COTUCO) ha integrado el turismo médico como una de las 12 categorías de diversificación turística que se están desarrollando y promoviendo en el país. En el norte de México se presenta en numerosos sitios web gubernamentales y materiales promocionales como una actividad económica relevante que estimula el espíritu empresarial, además de representar una oportunidad para mejorar el acceso de los clientes a la atención médica deseada (Adams et al., 2018).

A pesar del significativo interés suscitado por el tema del turismo médico, existen muy pocos estudios en el país que proporcionen una comprensión clara y exhaustiva de la dinámica y los patrones de este fenómeno, tanto a nivel nacional como territorial. La necesidad de investigaciones más detalladas y exhaustivas se hace evidente, dado el impacto potencialmente significativo que el turismo médico puede tener en diversos aspectos, que van desde la economía hasta la

política de salud pública. Es fundamental profundizar en el análisis de este fenómeno para identificar sus impulsores, tendencias y repercusiones en diferentes contextos socioeconómicos y territoriales dentro del país.

Así se declara como objetivo de esta investigación: describir y analizar el comportamiento de los servicios odontológicos como una actividad dentro del turismo médico en México, centrándose específicamente en tres municipios: Puebla, Tehuacán y Ciudad de México. De este modo se busca comprender cómo la intersección entre la atención dental y el turismo médico afecta tanto a los proveedores de servicios como a los pacientes, examinando cómo se promueven y practican estos servicios, así como las implicaciones económicas, y éticas que surgen de esta práctica.

Revisión de la Literatura

En este epígrafe se analizan las implicaciones teóricas del turismo de salud, su impacto en la actividad turística en México, así como el análisis de las actividades de cuidado dental como servicio que genera flujo turístico en el país.

Un acercamiento al turismo médico

Es crucial iniciar el análisis definiendo el concepto de turismo médico. Esta modalidad turística se refiere a la práctica en la cual los individuos deciden desplazarse fuera de su entorno habitual con el propósito de recibir tratamientos médicos específicos. Estos tratamientos pueden variar ampliamente, abarcando desde atención odontológica hasta cirugía estética, procedimientos electivos y terapias de fertilidad. Sin embargo, delimitar lo que constituye servicios de salud y cómo se clasifica el turismo de salud para fines comerciales presenta una dificultad intrínseca. Dentro de este espectro de tratamientos, no todos se consideran parte del comercio de servicios de salud. Por ejemplo, las cirugías estéticas realizadas por razones puramente estéticas, en contraposición a reconstructivas, caen fuera de este ámbito (Lunt et al., 2010).

El concepto de turismo de salud tiene raíces históricas profundas en balnearios, localidades costeras y otros entornos terapéuticos. Algunos académicos han tratado el turismo de salud y el turismo médico como fenómenos interconectados, aunque con énfasis distintos. Por ejemplo, Carrera y Lunt (2010) definen el turismo de salud como "el desplazamiento organizado fuera del entorno local con el fin de mantener, mejorar o restaurar el bienestar físico y mental del individuo". Esta definición engloba el turismo médico, que se circunscribe al "viaje organizado fuera del ámbito de atención médica habitual del individuo con el objetivo de mejorar o restaurar la salud mediante intervenciones médicas" (Carrera & Lunt, 2010).

Persiste un debate académico sobre la terminología más adecuada para conceptualizar el desplazamiento de individuos hacia el extranjero con el propósito de obtener tratamiento médico. La literatura especializada en servicios de salud ha empleado diversas denominaciones para este fenómeno, entre las que se encuentran el "viaje médico internacional" (Cormany & Baloglu, 2011; Cioban et al., 2018), la "externalización médica" (Jones & Keith, 2006), los

"refugiados médicos" (Mirrer-Singer, 2007), e incluso los "peregrinos biotecnológicos" (Song, 2010). A pesar de que para los propósitos de esta investigación se adopta el término "turismo médico", algunos académicos han expresado reservas acerca de su pertinencia (Glinos et al., 2010; Kangas, 2010).

La conceptualización del turismo médico se considera de valor analítico en la literatura académica. En su esencia, este concepto encapsula tanto la voluntad de movilizarse como la voluntad de recibir tratamiento, destacando su relevancia en el contexto del emergente mercado global de viajes de salud. Además, abarca el aspecto del sector sanitario y los amplios efectos económicos asociados con este tipo de desplazamientos.

Este enfoque analítico facilita la comprensión de los motivos, destinos y resultados de los individuos que participan en esta práctica. A pesar de que se reconoce que el turismo médico difiere sustancialmente del turismo convencional (Glinos et al., 2010), su utilización subraya la tendencia hacia la comercialización y mercantilización de los servicios de salud. Asimismo, resalta la relevancia de la industria de la salud, las estrategias de publicidad empleadas, la generación de demanda inducida por los proveedores y trasciende la mera noción de disposición a viajar.

El turismo médico se caracteriza por su dinamismo y volatilidad, con una significativa influencia de una amplia gama de factores que incluyen el clima económico, modificaciones en las políticas internas, inestabilidad política, restricciones de viaje, prácticas publicitarias, cambios geopolíticos y avances innovadores en las tecnologías de la salud. De esta manera, estos elementos pueden desencadenar variaciones significativas en los patrones de consumo y producción de servicios de salud, tanto a nivel nacional como internacional.

El mapeo global de destinos de turismo médico abarcaría diversas regiones, como Asia (India, Malasia, Singapur y Tailandia), Sudáfrica, América del Sur y Central (incluyendo Brasil, Costa Rica, Cuba y México), el Medio Oriente (especialmente Dubai) y varios destinos europeos (Europa Occidental, Escandinavia, Europa Central y del Sur, Mediterráneo). Sin embargo, las estimaciones basadas en fuentes de la industria pueden estar sesgadas e imprecisas.

La proximidad geográfica parece ser un factor relevante, aunque no determinante, en las decisiones individuales de viajar a destinos específicos para recibir tratamiento (Exworthy & Peckham, 2006). No se aclara si esto refleja el aspecto turístico, lo que implica que las personas viajan no solo por motivos médicos, sino también por oportunidades turísticas más amplias. Además, es probable que la distancia de viaje esté relacionada con el costo.

La demanda de servicios puede ser volátil (Gray & Poland, 2008), influenciada por factores económicos, externos y cambios en las preferencias de los consumidores y las tasas de cambio. Los proveedores y los gobiernos pueden buscar desafiar a los proveedores existentes, como las clínicas de fertilidad en América Latina (Smith et al., 2010). Varios gobiernos están promocionando sus

instalaciones de salud y los mercados emergentes son impulsados por intermediarios, sitios web y ferias comerciales. Las fluctuaciones en las tasas de cambio pueden afectar la atracción financiera de los países, y las restricciones de viaje y las preocupaciones de seguridad pueden llevar a los consumidores a explorar otros mercados.

A pesar de la relevancia que este fenómeno tiene en el ámbito turístico, existe una notable carencia de datos sistemáticos sobre el comercio de servicios de salud, tanto en términos generales como desagregados por modalidades individuales de prestación y países específicos. Esta falta de información afecta tanto al comercio en sí mismo como a sus repercusiones. Por ejemplo, la evidencia sólida sobre la contribución del turismo médico a las economías de los países de destino es limitada, dado que las cifras tienden a citarse en términos agregados, sin considerar el ingreso turístico adicional específicamente derivado del turismo médico a nivel marginal.

El turismo médico en México. Particularidades en los servicios odontológicos

En México, se identifican quince sistemas productivos que forman parte de conglomerados o clústeres con servicios médicos de especialidad y una alta interacción económica (Deloitte, 2019). Entre los destinos principales se encuentran: Tijuana, Mexicali, Ensenada, Rosarito, Tecate, Ciudad Juárez, Navojoa, Hermosillo, Reynosa, Matamoros, Nuevo Laredo, Ciudad de México, Monterrey, Cancún, Guadalajara, San Luis Potosí, Puebla y Querétaro. Históricamente, México ha ofrecido tratamientos dentales, cirugía cosmética, reemplazo de cadera, cirugía cardiovascular y oncología en el mercado del turismo médico, con precios que suelen ser hasta un 50% más económicos que en Estados Unidos.

El Sistema Nacional de Salud en México se configura como un sistema mixto que se compone de diversos subsistemas, cada uno de los cuales ofrece distintos niveles de atención dirigidos a grupos específicos, generando resultados y costos variables (OCDE, 2016). En el país, se contabilizan alrededor de tres mil establecimientos de salud privados, en los cuales participan aproximadamente cincuenta y seis mil especialistas médicos, de los cuales ocho mil están en nómina y el resto trabajan bajo contratos especiales (INEGI, 2018). A pesar de la existencia del Comité Normativo Nacional de Consejos de Especialidades Médicas (CONACEMP) para la supervisión del personal de salud, las clínicas y hospitales privados en México colaboran con médicos que pueden carecer de afiliación a algún colegio médico, y el proceso de certificación y recertificación como especialistas es de carácter voluntario, a diferencia de lo que ocurre en Estados Unidos (Guzmán Flores, 2021).

México impulsa la promoción de la imagen del país mediante la estrategia de marketing de clústeres de médicos fronterizos, de playa y urbanos; no obstante, el perfil de los turistas médicos difiere del estándar global, ya que su principal mercado está conformado por expatriados que residen en Estados Unidos, es decir, los turistas médicos diaspóricos que buscan evitar los elevados costos de la atención médica (Laugesen & Vargas-Bustamante, 2010).

En el ámbito de la colaboración entre organizaciones e instituciones gubernamentales y financieras, se observan iniciativas como la cartera de proveedores médicos en México, orientada a reducir los pagos de primas para pequeños empleadores, al tiempo que disminuye los copagos y deducibles de los asegurados (Herrick, 2007). Dentro del entorno empresarial del turismo médico, las aseguradoras ejercen una influencia significativa en las decisiones tanto de los turistas médicos como de los empleadores, al proporcionar cobertura financiera para procedimientos y reembolsos de gastos médicos en el extranjero (Deloitte Center For Health Solutions, 2008).

Según un informe de la consultora Deloitte, para las aseguradoras, el turismo médico representa un producto adicional dirigido a aquellos dispuestos a viajar al extranjero para recibir tratamiento médico. Una encuesta llevada a cabo por el International Healthcare Research Center (2017), que incluyó a tres segmentos de la población (Baby Boomers, Generación Milenio y mujeres con edades comprendidas entre los 45 y 65 años), reveló las preferencias de elección del intermediario médico. En primer lugar, los encuestados optaron por el tradicional corredor o agencia médica de viajes (38%), seguido de las compañías aseguradoras (16.4%); en tercer lugar, los agentes de seguros/consultores/corredores (13%); mientras que, en último lugar, con tan solo el 1.6% de preferencia, se encontraban los empleadores o gerentes de recursos humanos.

Atendiendo a los elementos hasta aquí expuestos, a continuación, se presenta la metodología de investigación seguida para cumplir el objetivo de la presente investigación.

Metodología

Para el desarrollo de la investigación se propone un diseño no experimental de corte transversal con enfoque descriptivo-exploratorio que permita obtener una comprensión detallada del comportamiento de los servicios odontológicos en relación con el turismo de salud en los municipios de Puebla, Tehuacán y Ciudad de México.

El estudio se basó en la recopilación de datos a través de múltiples fuentes, durante un período de cuatro meses, desde septiembre hasta diciembre del 2023, en los municipios de Tehuacán, Puebla y Ciudad de México para la recolección de la información primaria. Las unidades de análisis estudiadas fueron los turistas que recibieron servicios odontológicos como parte de sus viajes a cualquiera de estos municipios en el período señalado, así como las organizaciones de salud pública y privadas que prestaban estos servicios.

Asimismo, se recolectaron un grupo de datos secundarios sobre el desarrollo de la actividad turística en estos municipios, así como de la existencia de servicios estomatológicos en las áreas de salud. Estos datos se recopilaron mediante fichas técnicas en la cual se midieron los siguientes indicadores: flujos de turismo doméstico e internacional, gasto medio, estacionalidad de los turistas, estancia

promedio, número de hoteles, número de entidades extrahoteleras, número de hospitales y clínicas privadas y públicas, así como el número de unidades de asistencia primaria de salud que prestan o no servicios estomatológicos. Estos indicadores permiten una descripción fundamental de la actividad turística en tanto que los servicios de salud.

El cuestionario aplicado a los turistas que recibieron servicios odontológicos en el periodo de estudio estuvo compuesto por dos preguntas abiertas y doce cerradas diseñadas para abordar los temas de calidad de atención, satisfacción con los servicios recibidos, comodidades en las instalaciones, percepción de la seguridad y confiabilidad de los proveedores, así como la integración de servicios complementarios. Las preguntas cerradas evalúan aspectos específicos de cada variable, proporcionando una visión detallada de la percepción de los clientes sobre los servicios odontológicos como parte de su experiencia en turismo de salud en cada uno de los municipios seleccionados.

Por otro lado, para obtener información sobre la oferta se diseñó un cuestionario dirigido a las organizaciones de salud pública y privadas que ofrecen servicios odontológicos en estos municipios. Este cuestionario se compuso de preguntas estructuradas relacionadas con la infraestructura de las instalaciones, la disponibilidad de equipos y tecnología, la capacitación del personal, los protocolos de seguridad y calidad, así como los aspectos financieros relacionados con la prestación de estos servicios.

Este enfoque proporcionará una visión completa de la demanda y oferta de servicios odontológicos en los municipios seleccionados, así como de los factores que influyen en su prestación y calidad desde la perspectiva tanto del cliente como de las organizaciones de salud pública y privada.

El cuestionario utilizado para evaluar la percepción de los turistas sobre los servicios odontológicos fue administrado a una muestra representativa de 241 individuos, de los cuales 134 indicaron ser de sexo femenino y el resto de sexo masculino. La edad promedio de los encuestados fue de 28.5 años, con una desviación estándar de 0.915, abarcando un rango desde los 17 hasta los 65 años. En cuanto a la ocupación, se observó una diversidad de cargos representados en la muestra: el 40.2% se identificó como pensionados, el 29.1% como emprendedores, el 12.6% como obreros, y se registraron otras categorías con menor frecuencia, tales como estudiantes (6.3%), técnicos (5.5%), y desempleados (3.1%).

Asimismo, el cuestionario administrado a las organizaciones prestadoras de servicios odontológicos contó con una muestra representativa de 30 establecimientos, distribuidos equitativamente entre los sectores públicos y privado en los municipios objeto de estudio. Se identificaron múltiples diferencias entre las características de las organizaciones encuestadas, con una predominancia de 26 instituciones privadas y 4 públicas. En cuanto al tamaño de la empresa, se evidenciaron disparidades notables. Dentro del sector privado, el 42.4% de las entidades fueron clasificadas como pequeñas empresas, mientras

que el resto (57.6%) fueron medianas empresas. Por el contrario, en el ámbito público, el 100 % de las instituciones se consideraron grandes empresas.

Resultados

Los resultados de la investigación revelan una serie de hallazgos significativos sobre el comportamiento de los servicios odontológicos en el contexto del turismo de salud en los municipios de Puebla, Tehuacán y Ciudad de México.

Durante el período de estudio, se detectó un incremento sustancial en la demanda de servicios odontológicos entre los turistas que visitaron estos municipios. Los datos recopilados revelaron que un 65% de los turistas que acudieron a recibir tratamiento dental provenían de países desarrollados, siendo Estados Unidos el principal país de origen, representando el 80, 2% de este segmento de la demanda. Canadá y Reino Unido siguieron a Estados Unidos como los siguientes países emisores más significativos, contribuyendo con el 12,4% y 5,4 % de la demanda respectivamente. Específicamente, se observó un aumento del 30% en el número de turistas estadounidenses que viajaron a estos territorios para recibir servicios dentales durante el período de estudio en comparación con el mismo período del año anterior.

En relación con los datos secundarios sobre la actividad turística asociada al turismo médico en estos municipios, se observaron diferentes patrones en relación con estas variables. En Puebla, se registró un aumento significativo en los flujos de turismo internacional, especialmente de Estados Unidos y Canadá, contribuyendo a un aumento en el gasto medio por turista. De hecho, se observó que el gasto promedio por turista internacional en servicios odontológicos fue de \$804,3 dólares, representando un incremento del 47.5% en relación con el turismo convencional. La estacionalidad de los turistas mostró picos durante los meses de verano y vacaciones, coincidiendo con una mayor estancia promedio en los hoteles de la zona, que se situó en 6.4 días. En cuanto a la infraestructura de salud, se identificó un número considerable de hospitales y clínicas privadas, así como una amplia oferta de servicios estomatológicos en las unidades de asistencia primaria de salud como se puede observar en la tabla 1 y 2.

Tabla 4. Unidades Médicas en los municipios y entidades federales estudiadas

Cant. Unidades Médicas	Ciudad México	Tehuacán	Puebla
Públicas	3008	65	368
Privadas	259	24	132
Total	3267	89	500

Tabla 2. Unidades por subcategoría en los municipios y entidades federales estudiadas

Unidades subcategoría	por Ciudad México	Tehuacán	Puebla
------------------------------	--------------------------	-----------------	---------------

Medicina General y/o familiar	26.3%	32.3%	31.1%
Odontología	7.13%	7.29%	11.6%
Psicología y/o salud mental	11.5%	7.29%	10.4%
De urgencia	4.39%	7.29%	5.57%
Otros consultorios	23.2%	27.1%	17.6%

Por otro lado, en Tehuacán, el flujo de turismo doméstico fue notablemente más alto que el internacional, con una mayoría de turistas provenientes de otras regiones de México. A pesar de esto, el gasto medio de los turistas fue relativamente bajo, lo que podría indicar una preferencia por servicios de salud más económicos. Se registró que el gasto promedio por turista nacional en servicios odontológicos fue de \$412.3 dólares, mostrando una disminución del 15% con respecto al año anterior. La estacionalidad de los turistas mostró una distribución más uniforme a lo largo del año, con una estancia promedio más corta en comparación con Puebla, situándose en 4 días. En términos de infraestructura de salud, se observó un menor número de hospitales y clínicas privadas, aunque aún se ofrecían servicios estomatológicos en algunas unidades de atención primaria.

En Ciudad de México, sobresale el turismo internacional, con una diversidad de turistas provenientes de diversos países. El gasto medio por turista fue relativamente alto, reflejando una preferencia por servicios de salud de mayor calidad y especialización. Se encontró que el gasto promedio por turista en servicios odontológicos fue de 624.12 dólares. La estacionalidad de los turistas mostró fluctuaciones a lo largo del año, con una estancia promedio más prolongada debido a la amplia oferta de actividades turísticas y culturales en la ciudad, alcanzando los 8.9 días. La infraestructura de salud fue robusta, con un número significativo de hospitales y clínicas tanto públicas como privadas, y una amplia disponibilidad de servicios estomatológicos en las unidades de atención primaria.

En relación a la percepción de los clientes con respecto a los servicios de salud prestados, en sentido general los resultados son positivos como se observa en la tabla 3.

Tabla 3. *Percepción de los clientes con los servicios odontológicos*

Indicador (media \pm desviación estándar)	Ciudad México	Tehuacán	Puebla
Calidad de atención	4.00 \pm 1.28	3.50 \pm 0.72	3.75 \pm 1.25
Satisfacción con los servicios	4.35 \pm 0.76	4.05 \pm 0.24	4.15 \pm 0.75
Comodidades en las instalaciones			
Limpieza	3.75 \pm 0.27	4.00 \pm 0.50	4.25 \pm 1.52
Modernidad de equipos	4.50 \pm 0.32	3.75 \pm 0.50	4.00 \pm 0.50

Comodidad de las instalaciones	de las	4.75 ± 1.05	4.00 ± 0.54	3.75 ± 1.43
Percepción de seguridad y confiabilidad de los proveedores	de los	4.50 ± 1.02	4.50 ± 0.69	4.30 ± 0.50
Integración de servicios complementarios	de			
Satisfacción con servicios adicionales	con	3.25 ± 1.50	3.33 ± 1.57	3.14 ± 1.28

En general, se observa que la calidad de atención es valorada positivamente en las tres ubicaciones, con las puntuaciones más altas en Ciudad de México y Puebla, con medias de 4.00 y 3.75 respectivamente, mientras que Tehuacán tiene una calificación ligeramente inferior con una media de 3.50. Sin embargo, se observa una mayor variabilidad en la percepción en Puebla, como indica la desviación estándar de 1.25.

Los clientes en todas las ubicaciones reportan una alta satisfacción con los servicios prestados, con puntuaciones promedio entre 4.05 y 4.35. Ciudad de México muestra la calificación más alta, seguida de Puebla y Tehuacán. La menor variabilidad se observa en Tehuacán, como indica su desviación estándar de 0.24. En términos de limpieza y modernidad de equipos, Puebla y Tehuacán muestran calificaciones bastante similares, mientras que Ciudad de México se destaca por su modernidad de equipos. La comodidad de las instalaciones es calificada más alta en Ciudad de México, seguido de Tehuacán y luego Puebla.

Se observa una alta percepción de seguridad y confiabilidad en los proveedores en todas las ubicaciones, con puntajes medios entre 4.30 y 4.50. La percepción es más homogénea en Tehuacán, con una desviación estándar de 0.69. La satisfacción con los servicios adicionales muestra una variabilidad significativa en todas las ubicaciones, con desviaciones estándar que oscilan entre 1.28 y 1.57. Esto indica que la percepción de los servicios adicionales es menos consistente entre los clientes en comparación con otros aspectos evaluados.

Discusión

Los resultados de la investigación revelan un panorama de significativa importancia sobre la dinámica de los servicios odontológicos en el contexto del turismo de salud en los municipios estudiados. El aumento notable en la demanda de servicios dentales entre los turistas que visitaron estas áreas durante el período de estudio indica un creciente interés en el turismo de salud, especialmente proveniente de países desarrollados como Estados Unidos, Canadá y el Reino Unido. Este incremento en la demanda sugiere una mayor confianza en la calidad y atractivo de los servicios odontológicos ofrecidos en

estos destinos, lo que a su vez puede generar importantes beneficios económicos para los territorios estudiados.

Desde una perspectiva teórica, estos hallazgos pueden entenderse a través del concepto de "atracción del destino" en el turismo. Según esta teoría, la atracción de un destino turístico depende de una combinación de factores tangibles e intangibles, que incluyen la calidad de los servicios ofrecidos, la reputación del destino, la accesibilidad, la infraestructura turística y la promoción efectiva. En el caso de los servicios odontológicos en Puebla, Tehuacán y Ciudad de México, parece que estos destinos han logrado crear una oferta atractiva que satisface las necesidades y expectativas de los turistas de salud, lo que resulta en un aumento en la demanda.

Además, estos resultados tienen implicaciones importantes para la gestión del turismo de salud en los territorios estudiados. La identificación de diferencias significativas en el comportamiento del turismo de salud entre las ubicaciones resalta la importancia de adaptar las estrategias de marketing y desarrollo de servicios a las necesidades y preferencias específicas de cada mercado. Por ejemplo, mientras que en Puebla podría ser crucial mejorar la percepción de la calidad de atención y la limpieza de las instalaciones, en Tehuacán podría ser prioritario aumentar el gasto promedio por turista y mejorar la satisfacción con los servicios adicionales. En Ciudad de México, donde se percibe una alta calidad y seguridad en los proveedores, se podría trabajar en diversificar aún más la oferta de servicios complementarios y promover una mayor participación de turistas internacionales.

Para las organizaciones turísticas y de salud en estos sitios, los resultados destacan la importancia de mantener altos estándares de calidad en la prestación de servicios odontológicos, así como la necesidad de una planificación estratégica y coordinación efectiva para garantizar una experiencia satisfactoria para los turistas de salud. Aquí se puede aplicar la teoría de la gestión de la experiencia del cliente, que enfatiza la importancia de entender y gestionar todas las interacciones del cliente con la organización para mejorar su satisfacción y fidelidad. Además, la identificación de patrones estacionales y preferencias de los turistas proporciona una base sólida para el desarrollo de paquetes turísticos y promociones específicas para atraer y retener clientes en cada destino, lo que se alinea con los principios del marketing turístico centrado en el cliente.

Conclusiones

A través de un análisis detallado de estos municipios, se espera obtener una visión comprehensiva de la dinámica entre el turismo de salud y la atención odontológica en México, identificando patrones, desafíos y oportunidades que puedan informar políticas y prácticas futuras en este campo.

Referencias bibliográficas

- Adams, K., Snyder, J., Crooks, V. A., & Berry, N. S. (2018). A critical examination of empowerment discourse in medical tourism: The case of the dental tourism industry in Los Algodones, Mexico. *Globalization and Health*, 14(1), 70. <https://doi.org/10.1186/s12992-018-0392-3>
- Carrera, P., & Lunt, N. (2010). A European perspective on medical tourism: The need for a knowledge base. *International Journal of Health Services: Planning, Administration, Evaluation*, 40(3), 469-484. <https://doi.org/10.2190/HS.40.3.e>
- Cormany, D., & Baloglu, S. (2011). Medical travel facilitator websites: An exploratory study of web page contents and services offered to the prospective medical tourist. *Tourism Management*, 32(4), 709-716. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2010.02.008>
- Collins, L. (2022). The burden of dental tourism. *British Dental Journal*, 233(7), 516. <https://doi.org/10.1038/s41415-022-5109-6>
- Deloitte. (2019). *Oportunidades de Mercado y Perspectivas del Turismo de Salud en México*. Deloitte. <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/mx/Documents/bienes-raices/2019/Turismo-de-Salud-en-Mexico.pdf>
- Exworthy, M., & Peckham, S. (2006). Access, Choice and Travel: Implications for Health Policy. *Social Policy & Administration*, 40(3), 267-287. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9515.2006.00489.x>
- Gabriela-Liliana CIOBAN, Costel-Ioan CIOBAN, & Alexandru-Mircea NEDELEA. (2018). Trends in Medical Tourism in the Context of Globalization. *LUMEN Proceedings*, 6(1). <https://doi.org/10.18662/lumproc.76>
- Glinos, I. A., Baeten, R., Helble, M., & Maarse, H. (2010). A typology of cross-border patient mobility. *Health & Place*, 16(6), 1145-1155. <https://doi.org/10.1016/j.healthplace.2010.08.001>
- Golcheshmeh, S. (2023). The Impact of Health Tourism on Destinations and Attitudes of Local Residents. In O. Dogan (Ed.), *Global Perspectives on the Opportunities and Future Directions of Health Tourism* (pp. 109-137). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-6684-6692-6.ch005>
- Gray, H. H., & Poland, S. C. (2008). Medical tourism: Crossing borders to access health care. *Kennedy Inst Ethics J*, 18(2), 193-201. <https://doi.org/10.1353/ken.0.0006>
- Guzmán Flores, J. (2021). Ecosistema de Negocios del Turismo Médico en México y Brasil. *El Periplo Sustentable*; (41). <https://rperiplo.uaemex.mx/article/view/15698>
- INEGI. (2018). *Anuario estadístico y geográfico por entidad federativa 2017*. INEGI. https://www.inegi.org.mx/contenidos/productos/prod_serv/contenidos/esp_anol/bvinegi/productos/nueva_estruc/aegef_2017/702825097929.pdf

- Jones, C. A., & Keith, L. G. (2006). Medical tourism and reproductive outsourcing: The dawning of a new paradigm for healthcare. *International Journal of Fertility and Women's Medicine*, 51(6), 251-255.
- Kangas, B. (2010). Traveling for medical care in a global world. *Medical Anthropology*, 29(4), 344-362. <https://doi.org/10.1080/01459740.2010.501315>
- Leggat, P. (2015). Medical tourism. *Australian Family Physician*, 44(1-2), 16-21.
- Mathijssen, A., & Mathijssen, F. P. (2020). Diasporic medical tourism: A scoping review of quantitative and qualitative evidence. *Globalization and Health*, 16(1), 27. <https://doi.org/10.1186/s12992-020-00550-x>
- Mirrerr-Singer, P. (2007). Medical Malpractice Overseas: The Legal Uncertainty Surrounding Medical Tourism. *Law and Contemporary Problems*, 70. <https://doi.org/10.2307/27592188>
- Smith, E., Behrmann, J., Martin, C., & Williams-Jones, B. (2010). Reproductive tourism in Argentina: Clinic accreditation and its implications for consumers, health professionals and policy makers. *Developing World Bioethics*, 10(2), 59-69. <https://doi.org/10.1111/j.1471-8847.2009.00256.x>
- Song, P. (2010). Biotech pilgrims and the transnational quest for stem cell cures. *Medical Anthropology*, 29(4), 384-402. <https://doi.org/10.1080/01459740.2010.501317>

PERCEPCIÓN Y CONOCIMIENTO DE MÉTODOS ANTICONCEPTIVOS ENTRE MUJERES EMPLEADAS EN EL SECTOR TURÍSTICO DE ZAPOTITLÁN SALINAS, MÉXICO: UN ESTUDIO EXPLORATORIO

Perception and knowledge of contraceptive methods among women employed in the tourism sector of Zapotitlán Salinas, Mexico: an exploratory study

Francisco Lázaro Balderas Gómez

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Complejo Regional Sur

<https://orcid.org/0000-0002-2250-968X>

francisco.balderas@correo.buap.mx

Blanca Cortez Rodríguez

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla

<https://orcid.org/0000-0003-0488-3085>

blanca.cortez@correo.buap.mx

Alma Delia Zárate Flores

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla

<https://orcid.org/0000-0001-8516-8854>

alma.zarate@correo.buap.mx

Sofía López Ambrosio

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Complejo Regional Sur

<https://orcid.org/0009-0001-7618-0306>

sophielambrosio@outlook.com

Como citar: Balderas Gómez, F. L., Cortez Rodríguez, B., Zárate-Flores, A. D., & López Ambrosio, S. (2024). Percepción y conocimiento de métodos anticonceptivos entre mujeres empleadas en el sector turístico de Zapotitlán Salinas, México: un estudio exploratorio. In *Perspectivas multidisciplinares del turismo: Desafíos y oportunidades en Cuba y México* (pp. 207-222). Ciencia Digital. <http://libros.cienciadigital.org/index.php/CienciaDigitalEditorial/catalog/book/>

Resumen

La anticoncepción es un elemento fundamental en la promoción de la salud reproductiva de las mujeres. En el ámbito del sector turístico, resulta crucial comprender la percepción y el conocimiento que las mujeres empleadas tienen sobre los métodos anticonceptivos disponibles. Con el propósito de abordar esta cuestión, se llevó a cabo un estudio en el municipio de Zapotitlán Salinas, México, con el fin de investigar la percepción y el conocimiento de los métodos anticonceptivos, incluyendo el implante subdérmico, entre las mujeres que trabajan en el sector turístico. Se utilizó un enfoque exploratorio descriptivo para analizar las prácticas y opiniones de la muestra. Los resultados principales revelan que las mujeres continúan optando por opciones menos efectivas, a pesar de que valoran positivamente la eficacia del implante subdérmico, el cual sin embargo no es ampliamente utilizado. Se destaca la necesidad de proporcionar más información sobre el implante subdérmico para promover su

uso como un método anticonceptivo seguro y eficaz. Es crucial reconocer que el éxito y la eficacia de cualquier método anticonceptivo dependen en gran medida de la orientación y asesoramiento adecuados.

Palabras clave: Talento humano, turismo, planificación familiar, métodos anticonceptivos, reproducción, destino turístico, hospitalidad

Abstract

Contraception is a key element in promoting women's reproductive health. In the tourism sector, it is crucial to understand the perception and knowledge that employed women have about the contraceptive methods available. In order to address this issue, a study was carried out in the municipality of Zapotitlán Salinas, Mexico, in order to investigate the perception and knowledge of contraceptive methods, including the subdermal implant, among women working in the tourism sector. An exploratory descriptive approach was used to analyze the practices and opinions of the sample. The main results reveal that women continue to opt for less effective options, despite the fact that they positively value the efficacy of the subdermal implant, which however is not widely used. The need to provide more information on the subdermal implant to promote its use as a safe and effective method of contraception is highlighted. It is crucial to recognize that the success and effectiveness of any contraceptive method depends largely on proper guidance and counseling.

Keywords: Human talent, tourism, family planning, contraception, reproduction, tourist destination, hospitality

Introducción

La planificación familiar y el acceso a métodos anticonceptivos son aspectos fundamentales en la promoción de la salud reproductiva de las mujeres. En el contexto del sector turístico, donde las mujeres desempeñan un papel activo, es crucial comprender su percepción y conocimiento sobre estos temas para garantizar su bienestar y autonomía reproductiva. En este sentido, el presente estudio se enfoca en investigar la percepción y conocimiento de métodos anticonceptivos, con especial énfasis en el implante subdérmico, entre las mujeres empleadas en el sector turístico del municipio turístico de Zapotitlán Salinas, en el estado de Puebla, México.

Zapotitlán Salinas es un destino turístico reconocido por su riqueza cultural y paisajística, atrae a un gran número de turistas nacionales e internacionales, contribuyendo a generar fuentes de empleo para mujeres en diversas áreas como hoteles, restaurantes, agencias de viaje y otros servicios turísticos. Sin embargo, en este entorno dinámico y exigente, es fundamental que las mujeres trabajadoras tengan acceso a información clara y precisa sobre métodos anticonceptivos para tomar decisiones informadas sobre su salud reproductiva.

A través de este estudio, se pretende llenar un vacío de conocimiento al explorar la percepción que tienen las mujeres empleadas en el destino turístico de Zapotitlán Salinas sobre los métodos anticonceptivos disponibles, así como identificar posibles barreras o necesidades de información que puedan influir en su uso. Los resultados de esta investigación no solo contribuirán al cuerpo de conocimiento existente en salud reproductiva, sino que también podrían servir de base para el diseño e implementación de programas educativos y de salud dirigidos a mejorar la calidad de vida y bienestar de las mujeres trabajadoras en el sector turístico.

En este contexto, se presenta el presente estudio como una contribución significativa para comprender y abordar los desafíos relacionados con la salud reproductiva de las mujeres empleadas en el destino turístico de Zapotitlán Salinas, promoviendo así su empoderamiento y autonomía en la toma de decisiones sobre su salud y bienestar.

Revisión de la literatura

El turismo es un sector que puede contribuir significativamente a los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Su impacto es significativo en el relacionado con la salud (objetivo 3) (González-Infante et al., 2021; ONU Turismo). Desde el punto de vista del capital humano el turismo puede favorecer la promoción de ambientes laborales saludables y fomentar el bienestar integral de los trabajadores del sector (Lillo Bañuls et al., 2007). Al ofrecer oportunidades de formación y desarrollo profesional, promover estilos de vida saludables, facilitar el acceso a servicios de salud y brindar apoyo psicosocial (Covarrubias Ramírez et al., 2023). El turismo permite cuidar la salud física y emocional de su talento humano y por consiguiente fortalece la calidad de vida de quienes forman parte de la industria, generando un impacto positivo en la salud y bienestar de la sociedad en su conjunto.

En tal sentido, la salud reproductiva de las mujeres es un aspecto fundamental que influye en su bienestar físico, emocional y social (Díaz Encinas & Meza Arquíñigo, 2002). En el contexto del sector turístico, donde las mujeres desempeñan roles diversos y exigentes, la planificación familiar y el acceso a métodos anticonceptivos adecuados son cruciales para garantizar su autonomía reproductiva y calidad de vida. Estudios previos han destacado la importancia de abordar las necesidades específicas de salud reproductiva de las mujeres empleadas en sectores dinámicos como el turismo, (Lino Leon & Maylle Garay, 2016; Rodríguez et al., 2015).

La percepción y conocimiento sobre métodos anticonceptivos desempeñan un papel clave en la toma de decisiones relacionadas con la planificación familiar y la prevención del embarazo no deseado (Palomino Zarso, 2018). Investigaciones anteriores han señalado que factores como la educación, la información disponible, las creencias culturales y las experiencias personales pueden influir en la elección y uso de métodos anticonceptivos por parte de las mujeres (González Carrillo & Moreno Talavera, 2004; Palomino Zarso, 2018; Ramos Martínez & Zabaleta Martínez, 2002; Rodríguez et al., 2015). Por consiguiente,

es crucial comprender cómo estas variables se manifiestan en el contexto específico del sector turístico para diseñar intervenciones efectivas y adaptadas a las necesidades de las trabajadoras.

Entre los métodos anticonceptivos disponibles, el implante subdérmico ha ganado popularidad debido a su alta eficacia, comodidad de uso y duración prolongada, (Borbúa, 2022). Estudios han demostrado que el implante subdérmico es una opción segura y efectiva para muchas mujeres, ofreciendo una alternativa a otros métodos anticonceptivos tradicionales, (Ramos Martínez & Zabaleta Martínez, 2002).

Los implantes subdérmicos presentan tanto ventajas como desventajas. Entre las ventajas se incluye su alta efectividad en la prevención del embarazo, su larga duración de acción que puede llegar hasta varios años, su discreción al estar colocado debajo de la piel, y su reversibilidad al ser removido cuando se desee concebir, (Borbúa, 2022). Por otro lado, algunas desventajas pueden incluir efectos secundarios como cambios en el ciclo menstrual, dolores de cabeza y aumento de peso en algunos casos, así como la necesidad de una inserción y extracción por personal médico capacitado, y el potencial costo asociado con el procedimiento, (Acosta León et al., 2019; Rivera Téllez et al., 2010).

Sin embargo, es importante evaluar la percepción y conocimiento que tienen las mujeres empleadas en el sector turístico sobre este método específico, así como identificar posibles barreras o mitos que puedan limitar su acceso y uso.

En México, la salud reproductiva de las mujeres ha sido un tema de gran importancia y preocupación. A lo largo de los años, se han realizado esfuerzos para mejorar el acceso a servicios de salud reproductiva, incluyendo la anticoncepción, el cuidado prenatal y la atención durante el parto. Sin embargo, persisten desafíos en términos de desigualdad de género, acceso limitado a servicios de salud en áreas rurales y urbanas marginadas, así como altas tasas de embarazo adolescente, (Mendoza Victorino et al., 2011). La promoción de la educación sexual, la planificación familiar y el acceso equitativo a servicios de salud reproductiva son elementos clave para mejorar la salud y el bienestar de las mujeres mexicanas.

Zapotitlán Salinas, situado en el estado de Puebla, México, es un destino turístico con encanto que atrae a visitantes por sus salinas, su arquitectura colonial y su ambiente tranquilo, (Antonio Jiménez, 2020). Sin embargo, a pesar de su atractivo turístico, la localidad enfrenta retos en términos de planificación familiar y salud reproductiva al igual que otras ciudades de México, (Mendoza Victorino et al., 2011).

En Zapotitlán Salinas, la falta de acceso a información sobre salud reproductiva, los recursos limitados y las desigualdades socioeconómicas pueden impactar negativamente en la atención y los servicios disponibles para la población. La educación sexual, la promoción de la planificación familiar y el acceso equitativo

a servicios de salud reproductiva son fundamentales para abordar estos desafíos y mejorar la calidad de vida de las personas en la comunidad.

Es crucial que se implementen programas educativos y de sensibilización en Zapotitlán Salinas para empoderar a las mujeres, hombres y jóvenes a tomar decisiones informadas sobre su salud reproductiva. Además, es importante garantizar que los servicios de salud reproductiva sean accesibles y de calidad para todos los habitantes, independientemente de su condición socioeconómica o ubicación geográfica. De esta manera, se puede contribuir al bienestar y desarrollo integral de las comunidades de Zapotitlán Salinas.

En este contexto, el presente estudio se propone explorar la percepción y conocimiento de métodos anticonceptivos, incluido el implante subdérmico, entre las mujeres empleadas en el destino turístico de Zapotitlán Salinas, con el objetivo de contribuir al diseño de estrategias que promuevan una salud reproductiva integral y empoderamiento femenino en este entorno laboral particular.

Metodología

Para dar cumplimiento al objetivo se llevó a cabo una investigación de tipo exploratorio descriptivo. Se parte de plantear un diseño no experimental y transeccional, buscando conocer la incidencia de uso de métodos anticonceptivos, específicamente del implante subdérmico, dentro de la población de mujeres en edad fértil que se encuentran trabajando en una de las comunidades del destino turístico de Zapotitlán Salinas.

El implante subdérmico, al ser un método anticonceptivo reversible de larga duración, de alta eficacia y con pocas limitaciones para su uso como método de planificación familiar se adapta a las necesidades de la población de mujeres en edad fértil que trabajan en el sector del turismo, disminuyendo la tasa de fecundidad y los riesgos de morbilidad y mortalidad materna. Así mismo al disminuir los embarazos no deseados, mejorara la calidad de vida que otorgan los padres a sus hijos.

La población objetivo del estudio son las mujeres empleadas en una de las comunidades del destino turístico de Zapotitlán Salinas, que son atendidas en el centro de salud. A partir de los criterios de inclusión y exclusión se determinó un total de 1241 mujeres en edad fértil. Del total 191 utilizaron algún método de planificación familiar durante el tiempo de estudio, para quedar así determinada la población. De esa población la muestra quedó determinada por 25 mujeres que trabajan en el sector del turismo y recurrieron al implante subdérmico. Distribuidas por los siguientes grupos etarios: 4 mujeres menores de 20 años y 21 mujeres mayores de 20 años.

Se observa que el 76% de la población en estudio, corresponde a la mujer casada, un 8% de mujeres solteras y un mínimo porcentaje de mujeres que optaron por la unión libre, divorcio o han enviudado. Demostrando que el mayor

porcentaje de mujeres encuestadas tienen una pareja estable y sexualmente activa, donde un embarazo es más probable. Entonces es importante considerar el conocimiento y la práctica de planificación familiar como un factor primordial para fortalecer los buenos hábitos en cuanto la salud sexual y reproductiva segura y responsable.

La distribución de la muestra de acuerdo con el nivel educativo está representada por el 60% correspondiente a personal técnico, seguido por un 32% de universitarios y un 8% de bachilleres. Estos hallazgos revelan una predominancia de personal técnico en el sector, seguido por individuos con educación universitaria y bachillerato.

Criterios de inclusión: Mujeres en edad fértil, mujeres atendidas en el centro de salud, mujeres que trabajan en el sector del turismo, Mujeres que usaron un método anticonceptivo durante el periodo de febrero 2023- enero 2024, Mujeres que utilizaron Implante subdérmico.

Criterios de exclusión: Mujeres que no se encuentren en edad fértil, Mujeres que no sean atendidas en el Centro de Salud, Mujeres que solicitaron el implante subdérmico, pero que por falta de insumos no les fue colocado.

Se diseñó un cuestionario estructurado que incluyó preguntas sobre conocimiento, percepción y prácticas relacionadas con métodos anticonceptivos, con un enfoque especial en el implante subdérmico. Para su aplicación se obtuvo el consentimiento informado de las participantes. Posteriormente se aplicaron las encuestas de forma presencial para recopilar datos.

Los datos se analizaron desde un análisis cuantitativo de los datos recopilados para identificar patrones y tendencias en la percepción y conocimiento de métodos anticonceptivos. Dentro de las consideraciones éticas de la investigación se tuvo en cuenta garantizar la confidencialidad de la información y el respeto de la autonomía y privacidad de las participantes.

Resultados

La presente investigación se centra en el uso del implante subdérmico, con un enfoque específico en las mujeres de la población que hacen uso de este método anticonceptivo. De un total de mujeres encuestadas, únicamente 25 solicitaron e implantaron el dispositivo, lo que representa el 13% del total de mujeres que utilizan algún método anticonceptivo. De estas, 4 mujeres (16%) son menores de 20 años y 21 (84%) son mayores de 20 años, lo que confirma que las mujeres adultas son las principales usuarias de este método (Figura 1). A pesar de ser el tercer método de planificación familiar más utilizado, junto con el hormonal inyectable mensual, el implante subdérmico sigue siendo poco frecuente entre la población estudiada. Es evidente que existe una brecha en la adopción de este método anticonceptivo, lo que sugiere la necesidad de promover una mayor conciencia y acceso a información sobre sus beneficios y efectividad.

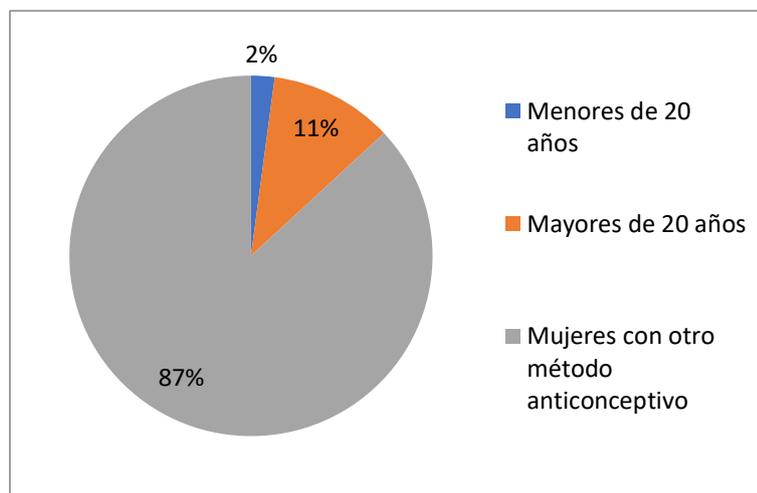


Figura 1. *Distribución de mujeres de la muestra con implante subdérmico*

Importancia de la anticoncepción en la promoción de la salud reproductiva de las mujeres

Tras analizar las respuestas, se observó que el 80% de las mujeres encuestadas calificaron la importancia de la anticoncepción de forma positiva, lo que indica una tendencia favorable hacia su relevancia en la promoción de la salud reproductiva (Figura 2).

Además, al comparar las respuestas individuales, se encontró que la mayoría de las participantes expresaron su acuerdo con afirmaciones que resaltaban la importancia de la anticoncepción para el bienestar y la autonomía de las mujeres. Por lo cual en el sector turístico de Zapotitlán Salinas las mujeres con implante subdérmico muestran una tendencia positiva y una percepción favorable sobre la importancia de la anticoncepción en la promoción de la salud reproductiva de las mujeres.

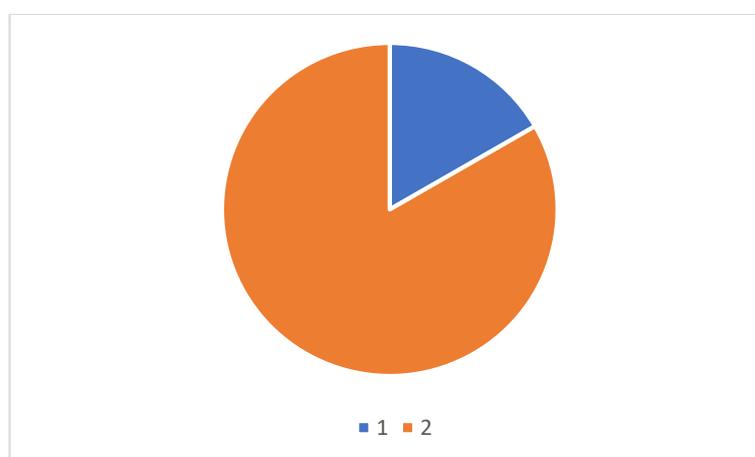


Figura 2. *Importancia de la anticoncepción en la promoción de la salud reproductiva de las mujeres del sector turístico*

Familiarización con los diferentes métodos anticonceptivos disponibles en la actualidad

Tras analizar las respuestas, se encontró que la mayoría de las mujeres calificaron su familiarización con los métodos anticonceptivos con un promedio de 3, lo que indica una familiarización moderada (Figura 3). A pesar de no estar altamente familiarizadas, algunas participantes mencionaron conocer al menos los métodos anticonceptivos más comunes, como las píldoras anticonceptivas, el condón y el dispositivo intrauterino (DIU). Sin embargo, emplean el implante subdérmico por recomendación de los médicos de sus áreas de salud.

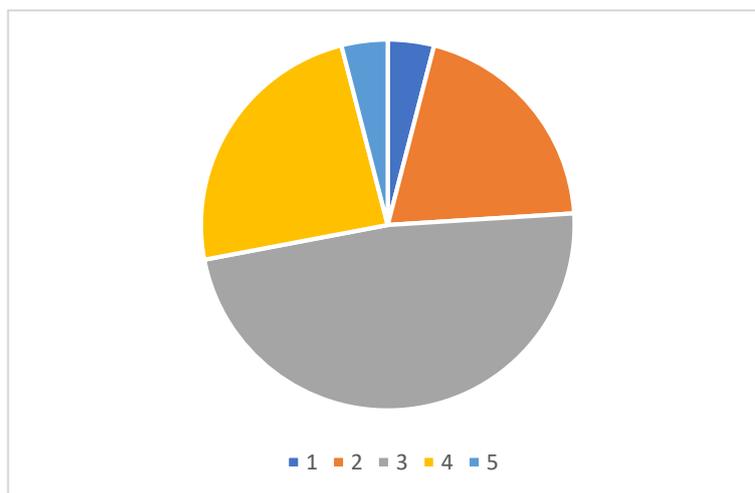


Figura 3. Familiarización con los métodos anticonceptivos

Información sobre el implante subdérmico en particular

Se examinó el conocimiento sobre el implante subdérmico y la influencia de las recomendaciones médicas en su uso. A continuación, se detallan los resultados obtenidos:

La mayoría indicó tener poca información al respecto. Sin embargo, a pesar de la falta de conocimiento directo sobre el implante, algunas mujeres mencionaron que optaron por este método anticonceptivo debido a las recomendaciones recibidas por parte de los médicos en sus áreas de salud en el momento que se dirigieron a consulta por la búsqueda de un método anticonceptivo. Estas mujeres expresaron confianza en las sugerencias médicas y valoraron la importancia de seguir las indicaciones profesionales para garantizar su salud reproductiva.

Importancia de que las mujeres empleadas en el sector turístico tengan acceso a información y servicios de anticoncepción

Las mujeres encuestadas valoran como muy importante que las empleadas en el sector turístico tengan acceso a información y servicios de anticoncepción. Reconocen la relevancia de este acceso tanto para su bienestar personal como

para el desarrollo del turismo en la región. Expresan su apoyo a esta idea y destacan las siguientes razones por las cuales consideran crucial que las mujeres tengan acceso a información y servicios de anticoncepción en el sector turístico:

- Promoción de la salud reproductiva y bienestar de las trabajadoras del sector del turismo.
- Empoderamiento de las mujeres al tomar decisiones informadas sobre su salud y planificación familiar.
- Contribución a la prevención de embarazos no deseados y enfermedades de transmisión sexual.
- Mejora del ambiente laboral al permitir a las mujeres controlar su fertilidad y equilibrar su vida laboral y personal.
- Impacto positivo en el desarrollo sostenible del turismo al garantizar la salud y bienestar de las empleadas.

Factores que influyen en la elección de un método anticonceptivo

Entre los principales factores que mencionan las mujeres con implante subdérmico del sector turístico se encuentran:

- Facilidad de uso del implante subdérmico por la conveniencia y la simplicidad en la colocación y uso del implante subdérmico.
- Efectividad del implante subdérmico para mantener la continuidad laboral a partir de la alta eficacia en la prevención del embarazo siendo vital para las mujeres que desean evitar interrupciones en su carrera laboral debido a embarazos no planificados.
- Duración y conveniencia del implante subdérmico para mujeres en el sector turístico brindando protección anticonceptiva de forma estable y de larga duración mientras se centran en sus responsabilidades laborales.
- Confidencialidad y privacidad que ofrece el implante subdérmico es esencial para las mujeres que trabajan en el sector turístico, donde mantener la confidencialidad sobre temas de salud reproductiva puede ser crucial debido a la naturaleza pública y diversa de la industria.
- Recomendación médica y seguridad del implante subdérmico son factores determinantes para las mujeres que trabajan en el sector turístico, donde la atención médica confiable y la orientación profesional pueden ser limitadas o difíciles de acceder debido a la movilidad laboral y geográfica.

Efectividad del implante subdérmico en mujeres del sector turístico

Empleo de métodos anticonceptivos

En relación a si el implante subdérmico fue el primer método anticonceptivo de las mujeres, se observó que 16 mujeres nunca habían utilizado ningún método anticonceptivo previamente y optaron por el implante subdérmico. Únicamente 9 mujeres tenían experiencia previa con otro método anticonceptivo, lo que sugiere un claro interés por parte de las mujeres que no tenían experiencia previa en

métodos anticonceptivos por el implante subdérmico. Este patrón podría atribuirse a los beneficios del implante, como su carácter reversible y de larga duración, (Figura 4).

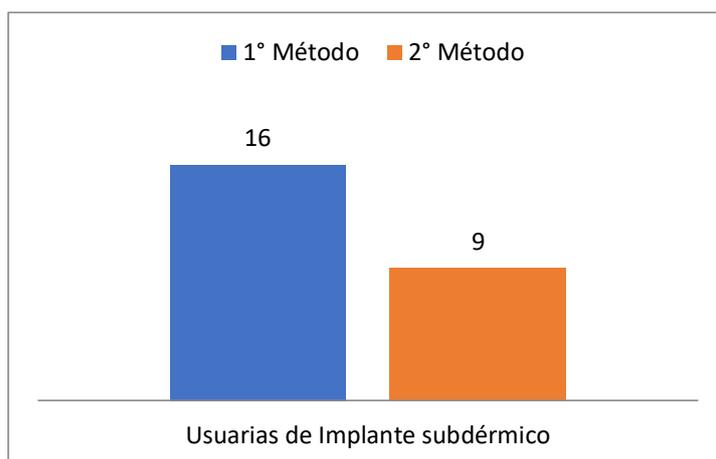


Figura 4. *Métodos anticonceptivos empleados*

En la gráfica anterior se puede apreciar que, de las 9 mujeres que solicitaron el implante subdérmico, todas habían utilizado previamente algún método anticonceptivo. Entre estas mujeres, 3 habían utilizado anteriormente el método hormonal inyectable bimensual, 2 habían optado por el preservativo, otras 2 se habían decidido por el método hormonal inyectable mensual, 1 de las mujeres había utilizado anticonceptivos hormonales orales y 1 ya contaba con experiencia previa en el uso de un implante anticonceptivo. Estos datos son relevantes para comprender las preferencias y experiencias previas de las mujeres que optan por el implante subdérmico como método anticonceptivo, lo cual puede ser de utilidad para la toma de decisiones clínicas y la orientación de las usuarias. (Figura 5).

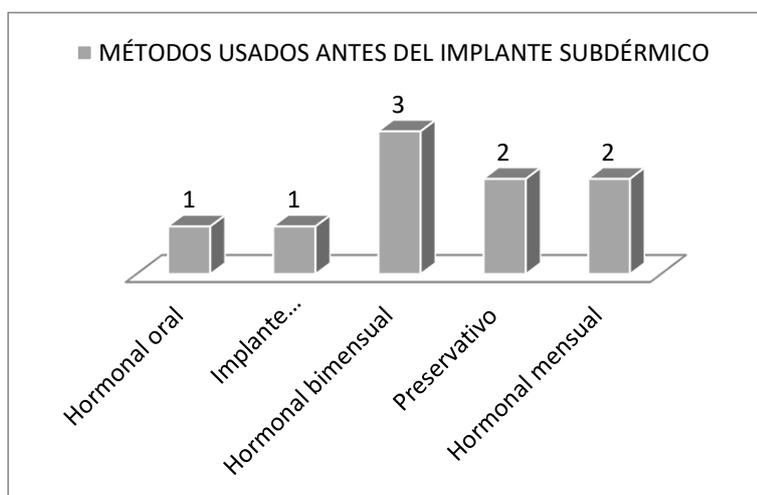


Figura 5. *Métodos usados antes del implante subdérmico*

Efectos secundarios del implante subdérmico

Tras analizar detenidamente la información, se observa que de las 25 mujeres que solicitaron el implante subdérmico, 9 experimentaron efectos secundarios a lo largo del año. De estas 9 mujeres, 3 eran menores de 20 años y las 6 restantes eran mayores de 20 años. Según la figura 6, el 64% de las mujeres con implante subdérmico no presentaron ningún efecto secundario, mientras que el 36% restante sí experimentó algún tipo de efecto secundario, siendo en su mayoría mujeres mayores de 20 años. Aunque la mayoría de las mujeres no reportaron reacciones adversas, el porcentaje que sí lo hizo es significativo, lo cual es relevante ya que podría influir en la decisión de abandonar este método anticonceptivo. Por tanto, es crucial informar a los usuarios sobre las posibles reacciones adversas para prevenir el abandono del método.

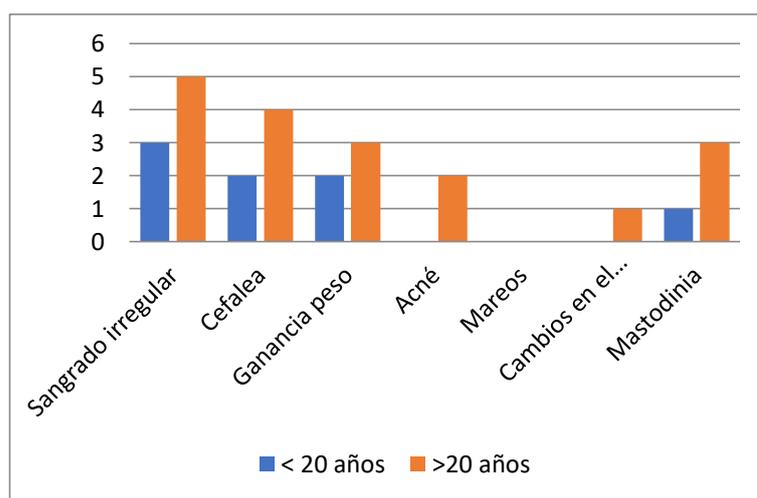


Figura 6. Efectos secundarios del implante subdérmico

Las mujeres que reportaron sangrado irregular fueron 8, de las cuales 5 eran mujeres adultas, el resto adolescentes, la irregularidad más referida fue la amenorrea, con 5 mujeres, le siguieron el sangrado escaso y el sangrado abundante en menor proporción con 1 sola mujer. La amenorrea se considera un efecto secundario no complicado, controlable y que no afecta la condición de la paciente, (Figura 7).

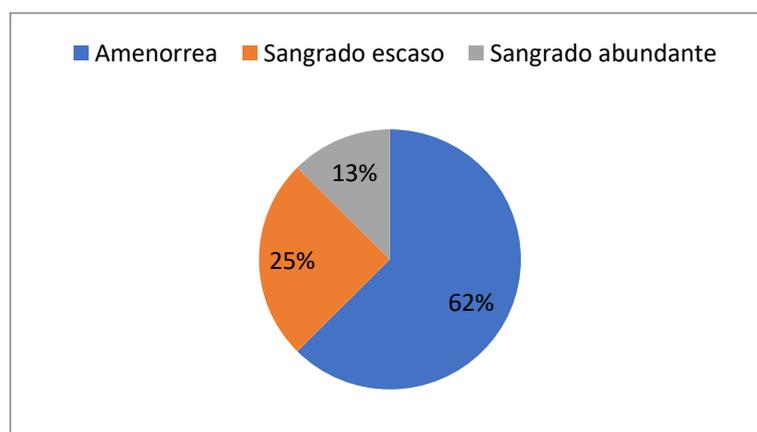


Figura 7. Sangrado irregular

El segundo más frecuente fue la cefalea, con 6 mujeres. Se clasifico la intensidad de la cefalea en leve, moderada y severa. La cefalea leve fue la más referida, por 3 mujeres, siguiendo la moderada y solo una mujer reporto cefalea severa intensa. Esta reacción adversa suele ser una de las principales causas de abandono de tratamiento, por lo que es importante identificarla a tiempo y brindar tratamiento oportuno, (figura 8).

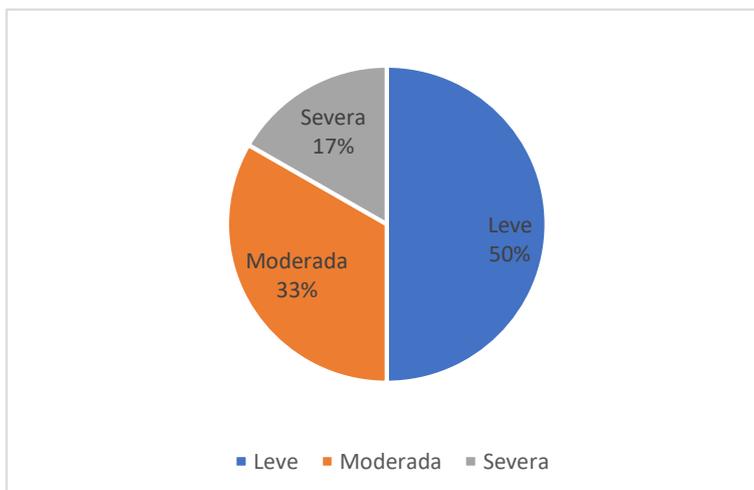


Figura 8. Cefalea

Retiro de implantes

Durante el periodo de tiempo que abarco el estudio se retiraron 5 implantes subdérmicos. De las 25 mujeres a las que les fue colocado, 20 continuaron el método anticonceptivo, 2 adolescentes y 3 mujeres adultas solicitaron su retiro o lo retiraron de forma particular. Por lo tanto 18 mujeres mayores de 20 años y 2 mujeres de 19 años son las que continúan con la anticoncepción, (Figura 9).

A pesar de que el retiro del implante subdérmico no significó un importante número de mujeres, se consideró de suma importancia tener en cuenta los efectos secundarios que podrían presentar las mujeres que acepten este método, además de informar a todas las mujeres cada una de las posibles reacciones adversas.

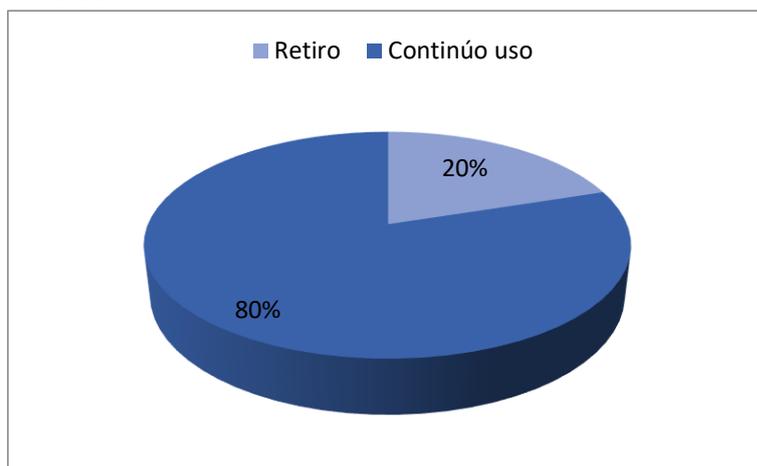


Figura 9. Retiro de implantes subdérmicos

Las causas del retiro de implante se centraron en tres, Cefalea y sangrado irregular fue la principal causa. Una mujer reporto dolor en el sitio de inserción, por lo que poco después le fue retirado (Figura 10). A pesar de no considerarse un efecto secundario, fue una causa de retiro de implante subdérmico, por lo que las complicaciones de la colocación del método también son de suma importancia.

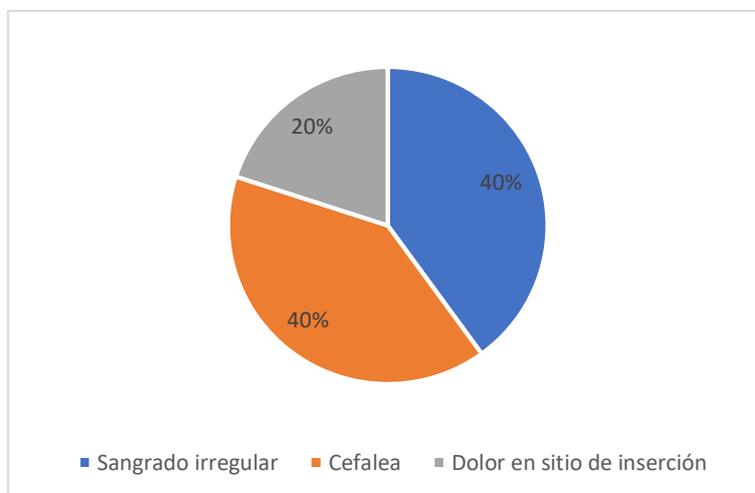


Figura 10. Causas de retiro de implantes subdérmicos

Las complicaciones de la colocación del implante subdérmico fueron mínimas, de las 25 participantes, solo hubo 3 mujeres que refirieron alguna molestia en el sitio de inserción: 2 mujeres con dolor leve y 1 mujer con dolor moderado en sitio de inserción (Figura 11). La mujer que refería dolor moderado fue a la cual se le retiró el implante, a pesar de que se informó que podría ser controlado con analgésicos y que se debía mantener en control antes de su retiro, la paciente solicitó su retiro.

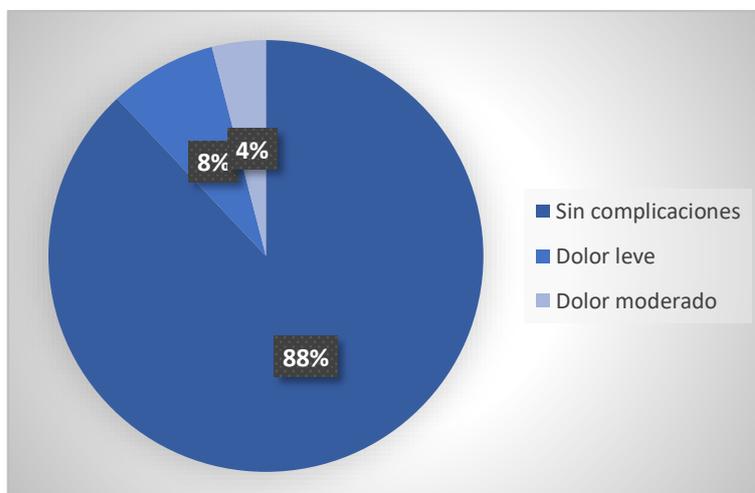


Figura 10. Complicaciones con la colocación de implantes subdérmicos

Por último, se observó que de las 25 mujeres que usaron el implante subdérmico durante el periodo febrero 2014- enero 2015, ninguna presentó embarazo

durante el uso de este, por lo que es un indicio de la efectividad que otorgar, colocándolo como un método anticonceptivo útil para las mujeres de la comunidad.

Conclusiones

A pesar de que en México se dispone de una gran variedad de métodos anticonceptivos, la mayoría de las mujeres sigue recurriendo a las opciones menos eficaces. Las mujeres de las comunidades donde se desarrolla el turismo no suelen recibir la información adecuada sobre los métodos anticonceptivos que les podrían ser útiles, por lo que en muchos casos se dejan llevar por los métodos más conocidos, aunado a eso, el alto costo de anticonceptivos como el implante subdérmico no permite su uso en ocasiones debido a la poca dotación que se recibe en los centros de salud.

Los anticonceptivos de larga duración reversibles, como es el implante subdérmico, tienen elevada tasa de efectividad y cumplimiento a largo plazo, con pocas contraindicaciones para su uso, los efectos secundarios son mínimos en comparación con sus ventajas, por lo que deberían promoverse más ampliamente entre las mujeres del sector del turismo que buscan un anticonceptivo.

El implante subdérmico podría representar una estrategia eficaz para la disminución de los embarazos no deseados, el número de abortos y evitarían la muerte y discapacidad relacionadas con las complicaciones del embarazo, vale la pena que las autoridades sanitarias aumenten el presupuesto para que las comunidades vulnerables puedan usar este método.

La población en edad fértil de la comunidad estudiada es de 1241 mujeres, de las cuales solo 191 usaron algún método anticonceptivo durante el tiempo del estudio, es decir, solo 15.3%. La cifra es preocupante debido a que mucho más de la mitad de las mujeres se encuentra en riesgo de cursar con un embarazo no deseado.

De todas las mujeres que usan anticoncepción, solo 25 usan implante subdérmico, y a pesar de encontrarse dentro de los primeros 3 anticonceptivos más usados en la comunidad, no es suficiente la cobertura que tiene, ya que podría aumentarse el número de usuarias, como es en las jóvenes que trabajan en el sector y tienen una vida sexual activa, que por lo regular no tienen restricciones para usarlo, y mujeres en edad fértil que quieran prolongar el tiempo de embarazo por largos periodos.

Solo 36% de las mujeres que utilizaron el implante subdérmico presentaron algún efecto secundario que fue desde una molestia leve que remitió sola después de un mes hasta molestias que ocasionaron el retiro del método anticonceptivo. El efecto secundario más frecuente fue la irregularidad en el sangrado menstrual, dentro de los cuales, el más frecuente fue la amenorrea, correspondiente a lo publicado por otros artículos.

La mayor parte del éxito o eficacia de algún método anticonceptivo, se la da la adecuada orientación y consejería otorgada, haciendo énfasis en los probables efectos secundarios que podría presentar la paciente, si es debidamente informada, cuando se presente alguna sintomatología es tolerada y vigilada sin complicaciones, permitiendo continuar con la protección anticonceptiva.

Referencias bibliográficas

- Acosta León, O., de la Cruz López, K., & Rodríguez Columbié, C. (2019). Efectos adversos del implante anticonceptivo subdérmico en adolescentes. *48*(3). <https://revmedmilitar.sld.cu/index.php/mil/article/view/308/362#:~:text=Se%20concluye%20que%20m%C3%A1s%20de,6%20meses%20como%20a%C3%B1o>.
- Antonio Jiménez, M. (2020). Propuesta de experiencias turísticas en el municipio de Zapotitlán Salinas, Puebla. *Ixmati*(5), 21–28. <https://revistas.uvp.mx/index.php/ixmati/article/view/33>
- Borbúa, Á. (2022). *Ventajas del uso de implantes subdérmicos de Etonogestrel como principal método anticonceptivo para asegurar la culminación de estudios superiores en estudiantes mujeres de primer ingreso del año 2022 del turno matutino del Centro Regional Universitario de San Miguelito* [Tesis de Posgrado, Universidad de Panamá]. Panamá. <http://up-rid.up.ac.pa/6672/>
- Covarrubias Ramírez, R., Gerritsen, P., & Schmidt Cornejo, N. (2023). Capital humano y desarrollo del turismo: procesos de reconfiguración territorial en el municipio de Comala, Colima, México. *El Periplo Sustentable*(46), 94 - 117. <https://doi.org/10.36677/elperiplo.v0i46.18447>
- Díaz Encinas, A., & Meza Arquíñigo, C. (2002). Población, salud reproductiva y desarrollo en la comunidad de San Francisco. *Investigaciones Sociales*, VI(9), 227-240. <https://revistasinvestigacion.unmsm.edu.pe/index.php/sociales/article/download/8085/7052/28215>
- González-Infante, M. A., Díaz-Pompa, F., Serrano-Leyva, B., & González-Montero, G. (2021). La cartografía del turismo sostenible a través de las publicaciones científicas: Avances en pos de la agenda 2030. *Revista interamericana de ambiente y turismo*, 17(2), 167-178. <https://doi.org/10.4067/S0718-235X2021000200167>
- González Carrillo, C., & Moreno Talavera, C. M. (2004). *Conocimiento, actitudes y prácticas que tienen las mujeres en edad fértil sobre métodos de planificación familiar. Palacagüina, septiembre-octubre, 2003* [Doctor en Medicina, Universidad Nacional Autónoma de Nicaragua]. Nicaragua. <http://riul.unanleon.edu.ni:8080/jspui/handle/123456789/1927>

-
- Lillo Bañuls, A., Ramón Rodríguez, A. B., & Sevilla Jiménez, M. (2007). EL CAPITAL HUMANO COMO FACTOR ESTRATÉGICO PARA LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR TURÍSTICO. *Cuadernos de Turismo*(19). <https://revistas.um.es/turismo/article/view/13831>
- Lino Leon, W., & Maylle Garay, F. E. (2016). *Uso del anticonceptivo de emergencia frente al coito sin protección en alumnas de Ciencias Administrativas y Turismo Hotelería-Unheval* [Doctor en Obstetricia, Universidad Nacional Hermilio Valdizán]. Huánuco-Perú. <https://repositorio.unheval.edu.pe/handle/20.500.13080/1414>
- Mendoza Victorino, D., Hernández López, M. F., & Valencia Rodríguez, J. A. (2011). *Perfil de la salud reproductiva de la República Mexicana*. Gobierno de México. Retrieved 20 de febrero from http://www.gobernacion.gob.mx/work/models/SEGOB/swbpress_Content/3309/03 PERFIL DE LA SALUD REPRODUCTIVA.PDF
- ONU Turismo. *El turismo en la Agenda 2030*. Unwto. Retrieved 20 de febrero from <https://www.unwto.org/es/turismo-agenda-2030>
- Palomino Zarso, Y. R. (2018). *Nivel de conocimiento sobre planificación familiar en estudiantes de cuarto y quinto año de secundaria en la institución educativa Gregorio Martinelli de Talavera 2016 Apurímac-Perú* [Médico Cirujano, Universidad Privada San Juan Bautista]. Lima, Perú. <https://repositorio.upsjb.edu.pe/handle/20.500.14308/1810>
- Ramos Martínez, E. A., & Zabaleta Martínez, R. M. (2002). *Nivel de conocimiento y frecuencia de utilización de los métodos anticonceptivos en adolescentes residentes en el área rural de la Boquilla en la Ciudad Cartagena* [Trabajo de diploma, Universidad Tecnológica de Bolívar]. Cartagena de Indias, Colombia.
- Rivera Téllez, G., Viveros Gómez, M. A., Ávila González, P. V., Miguel Olmedo, D. R., & Vélez Márquez, M. G. D. (2010). Efectos secundarios del implante subdérmico Implanon, como método anticonceptivo. *Revista de Sanidad Militar*, 64(6), 266-271. <https://www.imbiomed.com.mx/articulo.php?id=69609>
- Rodríguez, A., Madero, J., López-Pulles, R., Aguinaga Romero, G., & González-Andrade, F. (2015). ¿Existen más infecciones de transmisión sexual en la provincia de Galápagos?, un análisis de los conocimientos, actitudes y prácticas de la sexualidad a nivel local. *Rev Fac Cien Med (Quito)*, 40(1), 37-51. https://revistadigital.uce.edu.ec/index.php/CIENCIAS_MEDICAS/article/view/1155

Capítulo XIII. Análisis prospectivo para el restaurante “The Passsion”



ANÁLISIS PROSPECTIVO PARA EL RESTAURANTE “THE PASSION”

Análisis prospectivo para el restaurante “The Passsion”

Vanesa Infante-Silva

Universidad de Holguín

<https://orcid.org/0000-0003-2304-4594>

vanessais@uho.edu.cu

José Aguilera-Mustelier

Universidad de Holguín

<https://orcid.org/0009-0006-6484-6007>

jmustelier@uho.edu.cu

Oswaldo Batista-Pérez

Universidad de Holguín

<https://orcid.org/0000-0002-5118-890X>

obatista@uho.edu.cu

Como citar: Infante-Silva, V., Aguilera-Mustelier, J., & Batista-Pérez, O. (2024). Análisis prospectivo para el restaurante “The Passsion”. In *Perspectivas multidisciplinares del turismo: Desafíos y oportunidades en Cuba y México* (pp. 223-242). Ciencia Digital. <http://libros.cienciadigital.org/index.php/CienciaDigitalEditorial/catalog/book/>

Resumen

La importancia de implementar la planeación por escenarios en una empresa radica en que le permitirá visualizar múltiples alternativas futuras para el desarrollo de la misma. La actual investigación científica se centra en la actividad extrahotelera. En la entidad de restauración restaurante “The Passsion”, localizado en la ciudad de Holguín, Cuba. El objetivo general consistió en elaborar escenarios para el restaurante “The Passsion” ante cambios planteados en el Modelo Económico y Social Cubano. Se emplearon métodos de investigación científica y herramientas computacionales variadas, como los softwares de prospectiva MICMAC, MACTOR, MORPHOL y SMIC-PROB-EXPERT. Como resultado principal de la investigación, se obtuvieron 20 variables claves, 5 actores asociados a las variables claves y se elaboraron escenarios para el sistema objeto de estudio, el escenario final escogido es el 1 (11111) por decisión de la dirección del sistema y se propuso un plan que consta de 3 políticas, las que se dirigen fundamentalmente a los procesos administrativos y de gestión documental de la organización, y 5 estrategias que están concretadas con un total de 11 acciones para favorecer la planeación estratégica a largo plazo del restaurante “The Passsion”.

Palabras clave: Planeación, restaurante, herramientas computacionales, políticas, estrategias

Abstract

The importance of implementing scenario planning in a company lies in the fact that it will allow it to visualize multiple future alternatives for its development. The current scientific research is focused on the extra-hotel activity. In the restaurant entity "The Passsion", located in the city of Holguin, Cuba. The general objective was to elaborate scenarios for the restaurant "The Passsion" in the face of changes in the Cuban Economic and Social Model. Scientific research methods and various computational tools were used, such as the MICMAC, MACTOR, MORPHOL and SMIC-PROB-EXPERT foresight software. As the main result of the research, 20 key variables were obtained, 5 actors associated to the key variables and scenarios were elaborated for the system under study, the final scenario chosen is the 1 (11111) by decision of the system management and a plan was proposed consisting of 3 policies, which are fundamentally directed to the administrative and document management processes of the organization, and 5 strategies that are concretized with a total of 11 actions to favor the long-term strategic planning of the restaurant "The Passsion".

Keywords: Planning, restaurant, computer tools, policies, strategies,

Introducción

En los últimos años, la industria turística ha experimentado cambios entre sus diferentes agentes, formas de comercialización y beneficios obtenidos para el consumidor (Vargas Martínez & Cortés Bello, 2018). La transición hacia lo nuevo se acompaña de crisis que emergen en los ámbitos económico, político y social. Esto plantea el desafío de avanzar hacia nuevas formas estratégicas de gestión organizacional (Gutiérrez-Suárez et al., 2018)

Actualmente las organizaciones se enfrentan a procesos de cambio permanente, acelerado y altamente competitivo, donde no es suficiente tener la capacidad de adaptarse y simplemente sobrevivir (Jaramillo Torres, 2020). Las organizaciones deben trabajar en su proceso de planeación a través de herramientas prospectivas que les permitan identificar, comprender, especular sobre los posibles acontecimientos y factores claves, permitiendo la creación de una visión a largo plazo, que permita la toma de decisiones asertivas en el presente y como estas podrían influir positivamente en el futuro (Máttar & Cuervo, 2016)

La competitividad y la transformación a nivel global en ámbitos sociales, tecnológicos, ambientales y económicos exigen de parte de todos los actores del ecosistema una actitud dinámica que les permita anticiparse a las nuevas realidades, en virtud de ello se considera a la prospectiva como uno de los métodos más proactivos dentro de los estudios futuros (Rodríguez Quirós, 2020). Según (Espinal Ruiz et al., 2020) la prospectiva diseña múltiples caminos hacia el futuro. De ahí, que esta haya adquirido gran relevancia en los últimos años (Garzón Ruiz & Ugando Peñate, 2022).

Según Godet y Durance, 2011, citado por (Morocho Calva et al., 2020) se ha considerado a la Prospectiva Estratégica, metodología de origen francés, como una herramienta que contribuye a la construcción de escenarios probabilísticos para analizar distintas condiciones del futuro en las entidades.

Los escenarios son un medio de articular y ordenar la gama de incertidumbres esenciales, susceptibles de afectar los resultados de los planes en curso (Lechuga-Cardozo & Leyva-Cordero, 2020). La técnica de escenarios es ampliamente utilizada a la hora de orientar decisiones que tendrán impacto futuro (Santiago Ferro, 2019).

El incremento de la incertidumbre a nivel mundial, convierte a la prospectiva estratégica en una herramienta muy utilizada para que las empresas planifiquen los horizontes futuros deseados, y para apoyar la toma de decisiones (Pino Mejias, 2018). La prospectiva al ser una disciplina que estudia e indaga escenarios futuros y al complementarse con la estrategia proporcionan una planificación óptima que identifica paulatinamente las condiciones para el éxito, para alcanzar la visión de la empresa (Chuquitarco Guamán & Vásquez Vivanco, 2019).

Bien ejercida, se reconoce más bien como un proceso sistemático, participativo, de construcción de una visión a largo plazo para la toma de decisiones en la actualidad y a la movilización de acciones conjuntas. Y es por ello por lo que rápidamente se asocia casi de manera natural y completándolas, a la planeación y a la reflexión estratégica como una aliada natural y un importante elemento de apoyo (Astigarraga, 2016).

Sin lugar a dudas, la prospectiva estratégica en las pequeñas y medianas empresas (Pymes) es de suma importancia para tratar que estas se sumen a la cadena productiva, no solo por el impacto que tienen en la economía nacional, sino por sus aportes en el área productiva y en la comercialización de bienes y servicios (Sánchez Rayas, 2021).

La fuerte crisis económica que atraviesa Cuba como resultado de una combinación de factores - agotamiento del modelo interno de desarrollo, arrecie de los esfuerzos del gobierno de Estados Unidos por ahogar la economía cubana, y el súbito y contundente shock de comercio exterior generado por la COVID 19 - podría constituir un catalizador potencial del consenso requerido para la expansión del sector privado de pequeñas y medianas empresas (Fernández Estrada, 2020).

En la provincia holguinera se destacan numerosas entidades que se clasifican como pequeñas y medianas empresas y que brindan servicio para el turismo y que necesitan tomar acciones para no caer ante la crisis que presenta el país, entre ellas se encuentra el restaurante "The Passsion", en español "La Pasión", es un restaurante gourmet, especializado en comida italiana, ubicado en la ciudad de Holguín, en la dirección Calle Libertad No. 9, Holguín 80100 Cuba (esta es la dirección especificada en Google Maps y en el sitio TripAdvisor, igualmente en la cuenta de Facebook de la organización). El mismo, ofrece

servicio de alimentos y bebidas, al contar con dos secciones de restaurante, una en interiores y otra en exteriores, y un bar (Infantes Silva & Infante Cutiño, 2019).

Sin duda la prospectiva es una disciplina que nació para probar que no es necesario padecer el futuro, sino que se puede construir. Si se tiene en cuenta que el futuro empresarial está afrontando cambios sustanciales, que involucran recuperaciones económicas, para el sector gastronómico, resulta importante no solo enfocar esfuerzos en conocer el presente sino también las contingencias del futuro (Cano Torres & Romero Moreno, 2021).

Esto mismo llevado al ámbito del restaurante quiere decir que si se analizan las situaciones posibles de futuro en que se podría encontrar la instalación y si se elige la más conveniente, se tendrán ventajas competitivas frente a otros restaurantes que viven el día a día y no se han preocupado por analizar lo que les podría acontecer. Ahora bien, si además de analizar el futuro y elegir la mejor opción de llevar a cabo ese futuro mediante estrategias inteligentes, el restaurante se encaminará hacia el éxito y por ende hacia una mayor competitividad (Infantes Silva & Infante Cutiño, 2020).

En un ambiente cambiante donde prevalece la incertidumbre se hace necesario manejar herramientas como la planeación por escenarios para anticiparse al futuro. Bajo este mecanismo se podrá visualizar como serán las condiciones que deberá afrontar el restaurante “The Passsion” en un panorama a largo plazo, encaminando sus planes, esfuerzos, acciones y estrategias hacia la construcción de un futuro deseado.

Metodología

En la presente investigación se emplea el Método de Construcción de Escenarios, el cual permite analizar el sistema en relación a todos los factores que inciden en él de una forma u otra, para así poder elaborar escenarios que favorezcan el desarrollo a largo plazo del restaurante.

La selección de esta metodología obedece a los criterios de (Fernández Güell, 2012) quien plantea que el análisis prospectivo ayuda de forma notable a reflexionar estratégica y colectivamente respecto al futuro de la empresa, aun cuando existe la posibilidad de equivocarse en las previsiones realizadas. Se trata de asumir una postura más inteligente por parte del planificador si este acepta la incertidumbre, trata de comprenderla y convertirla en parte de su razonamiento y trabajo cotidiano.

La metodología se estructura o comprende 3 fases:

Fase 1: Construcción de la base

En esta fase se comienza delimitando el sistema objeto de estudio restaurante “The Passsion”, analizando los factores internos y externos que influyen en el funcionamiento adecuado del sistema en su entorno. Para realizar el análisis externo, se tuvo en cuenta el comportamiento del macro y microentorno del

sistema objeto de estudio, al analizar el macro entorno de la organización se utiliza como herramienta el análisis PESTEL o PESTAL (Análisis de factores Políticos, Económicos, Sociales, Tecnológicos, Ecológicos o Ambientales y Legales) y para el análisis del microentorno se utiliza la herramienta conocida como Las Cinco Fuerzas de Porter, este modelo establece un marco para analizar el nivel de competencia dentro de una industria, y poder desarrollar una estrategia de negocio. El análisis interno del sistema se basa en la obtención de variables de operación, comercial, gestión económica financiera y de recursos humanos del restaurante objeto de estudio. En esta fase se utilizan herramientas prospectivas: MICMAC, MACTOR.

Fase 2: Explorar el campo de los posibles y reducir la incertidumbre

Las variables clave, están identificadas, los juegos de actores analizados, se preparan los futuros posibles a través de una lista de hipótesis. Se utiliza aquí el análisis morfológico (herramienta prospectiva Morphol) para descomponer el sistema estudiado en dimensiones esenciales y estudiar las combinaciones posibles de estas diferentes dimensiones, combinaciones que constituyen otras tantas imágenes posibles de futuro. Se probabilizan los escenarios con la herramienta prospectiva SMIC-PROB-EXPERT y con la ayuda de los métodos de expertos, se reduce la incertidumbre estimando probabilidades subjetivas de que sucedan estas diferentes combinaciones o de los diferentes acontecimientos clave para el futuro.

Fase 3: Elaborar los escenarios

En este estadio, los escenarios están todavía en estado embrionario, ya que se limitan a dos juegos de hipótesis realizadas o no. entonces se describe el camino que conduce de la situación actual a las imágenes finales (esta fase del trabajo se denomina fase diacrónica). Algunas partes de la evolución del sistema, dan lugar a la puesta a punto de modelos parciales, y son objeto de tratamientos informáticos. Las cifras así calculadas solo tienen un valor indicativo: ilustran la evolución del sistema y permiten efectuar un cierto número de verificaciones sobre su coherencia.

Finalmente se obtienen escenarios y se propone un plan de políticas, estrategias y acciones para favorecer la planeación estratégica a largo plazo del restaurante.

Resultados

Fase 1: Construcción de la base

En esta fase como resultado del análisis interno y externo del sistema (delimitación el sistema) se obtuvieron 94 variables, de las cuales los expertos seleccionan las 20 que corresponden a las variables esenciales de la entidad. A continuación, se listan estas 20 variables.

1. La ley para el trabajo por cuenta propia
2. Creación de un mercado mayorista que abastece al sector particular

-
3. Estabilidad política existente en Cuba
 4. Bloqueo económico, político y financiero impuesto por Estados Unidos´
 5. Crisis económica internacional
 6. Lucha contra la pandemia de COVID-19
 7. El aumento de la inflación y el desabastecimiento general
 8. Se abrieron centros comerciales de principalmente, equipos electrodomésticos, de pagos en moneda extranjera (MLC)
 9. Clientes que asisten reciben remesas desde el exterior
 10. Descenso del nivel adquisitivo de las familias cubanas en general
 11. Desarrollo tecnológico lento en el país con respecto al resto del mundo
 12. Infraestructura, accesibilidad y atractivos decorativos y arquitectónicos del restaurante
 13. Buen trabajo de promoción en redes sociales
 14. Amenaza de la ocurrencia de desastres naturales
 15. Facilidades para la creación de MIPYMES
 16. Inicio de la temporada alta que coincide con el invierno en Cuba
 17. Apertura al turismo internacional, fidelidad del mercado canadiense y apertura al mercado ruso
 18. Flexibilización de las restricciones de movilidad impuestas por la pandemia
 19. Oferta gastronómica especializada y de gran variedad con respecto a la competencia
 20. Equipo de profesionales de servicio, competentes y calificados.

Análisis estructural mediante el software MICMAC

Se procede a determinar las variables claves aplicando el Método del Análisis Estructural. Es utilizado como herramienta para el desarrollo de este, el software MIC-MAC (Matriz de Impactos Cruzados-Multiplicación Aplicada a una Clasificación), el cual permitirá analizar las relaciones de influencia/dependencia entre variables y de esta forma detectar las variables clave para el sistema objeto de estudio.

Se introducen las 20 variables esenciales determinadas por los expertos, a las cuales se le llevará a cabo el análisis para determinar sus relaciones de influencia/dependencia. Procediendo luego al desarrollo de la MID (Matriz de Influencias Directas), en la cual se clasificaron las interacciones de influencia/dependencia entre cada una de las variables, siendo 0 (sin influencia),

1 (influencia débil), 2 (influencia media), 3 (influencia fuerte) y 4 (potencial) los valores que determinan dicha influencia entre ellas (ver tabla 1).

Tabla 1. *Matriz de Influencias Directas*

Indicador	Valor
<i>Tamaño de la matriz</i>	20
<i>Número de interacciones</i>	4
<i>Número de ceros</i>	240
<i>Número de unos</i>	43
<i>Número de doses</i>	49
<i>Número de treses</i>	67
<i>Número de cuatros</i>	1
<i>Total</i>	160
<i>Tanto por ciento de relleno</i>	40%

Resultando 240 ceros, 43 unos, 49 doses, 67 treses y 1 cuatro, teniéndose un impacto de 40%. El número de iteraciones fue 4, logrando una estabilización de 100% en la iteración 2.

Al visualizar los resultados del Plano de influencias/dependencias directas (Fig. 1) se aprecia la posición de las variables según el análisis de la MID, en el Cuadrante 1 de este se encuentran las variables: V4 (Bloqueo económico, político y financiero impuesto por Estados Unidos), V5 (Crisis económica internacional), V6 (Lucha contra la pandemia del COVID-19), V14 (Amenaza de la ocurrencia de desastres naturales), V16 (Amenaza de la ocurrencia de desastres naturales), V17 (Apertura al turismo internacional, fidelidad del mercado canadiense y apertura al mercado ruso) y V18 (Flexibilización de las restricciones de movilidad impuestas por la pandemia); variables muy influyentes pero poco dependientes. En el Cuadrante 2: V1 (Ley para el trabajo por cuenta propia), V2 (Creación de un mercado mayorista que abastece al sector particular), V7 (Aumento de la inflación y el desabastecimiento general) y V8 (Apertura de centros comerciales de pagos en moneda extranjera (MLC)); las cuales por otra parte son muy influyentes y muy dependientes.

En el 3er Cuadrante se ubican las variables poco influyentes y muy dependientes: V10 (Descenso del nivel adquisitivo de las familias cubanas en general), V15 (Facilidades para la creación de MIPYMES), V19 (Oferta gastronómica especializada y de gran variedad con respecto a la competencia) y V20 (Equipo de profesionales de servicio competentes y calificados); mientras que en el Cuadrante 4 se ubican las variables poco influyentes y poco dependientes: V3 (Estabilidad política existente en Cuba), V9 (Recibo de remesas desde el exterior), V11 (Desarrollo tecnológico lento en el país con

respecto al resto del mundo), V12 (Infraestructura, accesibilidad y atractivos decorativos y arquitectónicos del restaurante) y V13 (Buen trabajo de promoción en redes sociales).

Por otra parte, el Plano de influencias/dependencias indirecto, permite apreciar el desplazamiento de las variables y el resultante de las variables claves (Fig. 2). Las coordenadas de estas variables corresponden a las sumas de influencias dependencias, calculadas a partir de la matriz MII (Matriz de Influencia Indirecta), la cual da paso a este plano. Son además variables muy influyentes y poco dependientes.

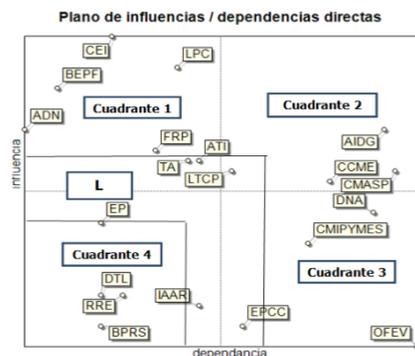


Figura 1. Plano de influencias/dependencias directas

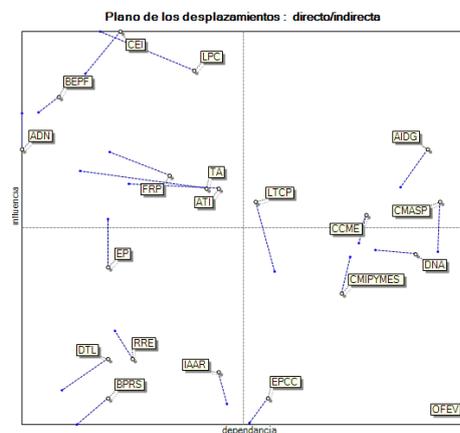


Figura 2. Plano de influencias/dependencias indirecto

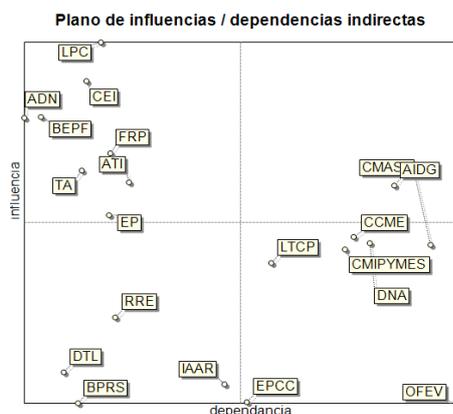


Figura 3. Plano de Desplazamiento

Este movimiento de las variables que da como resultado las variables claves se evidencia de mejor forma en el Plano de Desplazamiento, el cual señala el lugar de cada una de las variables en el Plano de influencias/dependencias directo y el lugar que estas pasan a ocupar en el Plano de influencias/dependencias indirecto (Fig. 3). Por ejemplo, se aprecia el movimiento de las V1, V2 y V8 del cuadrante 2 del Plano de influencias/dependencias directo al cuadrante 3 del Plano de influencias/dependencias indirecto.

Variables clave:

V4: Bloqueo económico, político y financiero impuesto por Estados Unidos.

V5: Crisis económica internacional.

V6: Lucha contra la pandemia del COVID-19.

V14: Amenaza de la ocurrencia de desastres naturales.

V16: Inicio de la temporada alta del turismo en Cuba.

V17: Apertura al turismo internacional, fidelidad del mercado canadiense y apertura al mercado ruso.

V18: Flexibilización de las restricciones de movilidad impuestas por la pandemia.

V7: Aumento de la inflación y el desabastecimiento general.

En los cuadrantes 3 y 4 de este plano se encuentran el resto de las variables, las cuales son: V2 (Creación de un mercado mayorista que abastece al sector privado),

V8 (Apertura de centros comerciales de pagos en moneda extranjera (MLC)), V10 (Descenso del nivel adquisitivo de las familias cubanas en general), V15 (Facilidades para la creación de MIPYMES), V19 (Oferta gastronómica especializada y de gran variedad con respecto a la competencia) (cuadrante 3) y V9 (Recibo de remesas desde el exterior), V11 (Desarrollo tecnológico lento en el país con respecto al resto del mundo), V13 (Buen trabajo de promoción en redes sociales) (cuadrante 4), estas variables son poco influyentes y muy dependientes del sistema objeto de estudio.

También se aprecian variables del tipo reguladoras las cuales son:

V1: Ley para el trabajo por cuenta propia.

V3: Estabilidad política existente en Cuba.

V12: Infraestructura, accesibilidad y atractivos decorativos y arquitectónicos del restaurante.

V20: Equipo de profesionales de servicio competentes y calificados.

Análisis del juego y estrategia de los actores mediante el software MACTOR

En el método MACTOR, luego de obtener las variables claves del Análisis Estructural (mediante el método MICMAC), se identifican los actores que controlan esas variables. Es el juego de estos actores «motores» el que explica la evolución de las variables dominadas, este procedimiento permite analizar las relaciones de fuerzas de cada uno de los actores.

Actores asociados a las variables clave:

Tabla 2. Actores asociados a variables claves

<i>Variables clave</i>	<i>Actor asociado</i>
<i>Bloqueo económico, político y financiero impuesto por Estados Unidos</i>	Gobierno de los Estados Unidos (GEEUU)
<i>Crisis económica internacional</i>	Gobierno de la República de Cuba (Song et al.)
<i>Lucha contra la pandemia del COVID-19</i>	Ministerio de Salud Pública (MINSAP)
<i>Amenaza de la ocurrencia de desastres naturales</i>	Instituto de Meteorología de la República de Cuba (IMC)
<i>Inicio de la temporada alta del turismo en Cuba</i>	Ministerio de Turismo (MINTUR)
<i>Apertura al turismo internacional, fidelidad del mercado canadiense y apertura al mercado ruso</i>	Ministerio de Turismo (MINTUR)
<i>Flexibilización de las restricciones de movilidad impuestas por la pandemia</i>	Ministerio de Salud Pública (MINSAP)
<i>Aumento de la inflación y el desabastecimiento general</i>	Gobierno de la República de Cuba (Song et al.)

Se procede a construir el cuadro “estrategias de los actores”, la construcción de este se refiere a los actores que controlan las variables claves surgidas del análisis estructural; como se ha abordado anteriormente. Para realizar el cuadro, se sitúan los actores con una carta de identidad: sus metas y objetivos y comportamiento estratégico, es decir sus fortalezas y debilidades; luego se identifican los objetivos asociados a los actores y seguidamente se elabora la matriz de posiciones: situar cada actor en relación con los objetivos estratégicos, se debate la posición matricial actores-objetivos, mostrando la actitud de cada actor en relación a cada objetivo, indicando su acuerdo, desacuerdo o neutralidad.

Luego, para definir los retos estratégicos y los objetivos asociados por cada actor se realizó una revisión de la documentación existente, revisión digital y en línea, de artículos de publicaciones periódicas, revistas, repositorios universitarios, entre otras fuentes menos formales.

Tabla 3. Retos estratégicos y los objetivos asociados

Actor	Retos estratégicos	Objetivos asociados
Ministerio de Salud Pública (MINSAP)	Incrementar el estado de salud de la población mediante la regulación sanitaria	Atenuar los efectos de la pandemia Covid-19 para el turismo
Gobierno de la República de Cuba (Song et al.)	Lograr el crecimiento económico del país	Minimizar los efectos de la crisis económica internacional para el turismo
Instituto de meteorología de la República de Cuba (IMC)	Mantener al país informado de forma constante sobre los fenómenos naturales que se avecinan	Detectar e informar sobre las amenazas de desastres naturales
Gobierno de los Estados Unidos (GEEUU)	Limitar del flujo de turistas estadounidenses a Cuba	Limitar relaciones comerciales de la institución
Ministerio de Turismo (MINTUR)	Crecer en números de visitantes	Posibilitar los flujos turísticos a la ciudad de Holguín

Luego de esto, los autores proceden a elaborar una matriz de influencia/dependencia directa entre actores para determinar de qué forma influye uno sobre el otro (fig. 4.), para lo que se establecen valores entre 0 y 4.

	MINSAP	GC	IMC	GEEUU	MINTUR
MINSAP	0	2	0	0	2
GC	4	0	4	0	4
IMC	1	1	0	0	2
GEEUU	3	2	2	0	3
MINTUR	0	1	0	0	0

Las influencias se puntúan de 0 a 4 teniendo en cuenta la importancia del efecto sobre el actor :
 0 : Sin influencia
 1 : Procesos
 2 : Proyectos
 3 : Misión
 4 : Existencia

Figura 4. Matriz de influencia/dependencia.

El siguiente paso es conocer el posicionamiento de los actores respecto a los objetivos (Fig. 5).

	MINSAP	GC	IMC	GEEUU	MINTUR
MINSAP	0	2	0	0	2
GC	4	0	4	0	4
IMC	1	1	0	0	2
GEEUU	3	2	2	0	3
MINTUR	0	1	0	0	0

Las influencias se puntúan de 0 a 4 teniendo en cuenta la importancia del efecto sobre el actor :
 0 : Sin influencia
 1 : Procesos
 2 : Proyectos
 3 : Misión
 4 : Existencia

Figura 5. Posicionamiento de los actores respecto a los objetivos.

Una vez identificados los objetivos asociados a cada actor se construyó la matriz de posiciones valoradas (Fig. 6). Para ello se elabora una matriz donde se evalúa la posición de los actores frente a cada uno de los objetivos propuestos.

	AEPCT	MCEIT	DIDN	LRCI	FJ	Suma absoluta
► MINSAP	1	1	1	0	1	4
GC	1	1	1	-1	1	5
IMC	0	1	1	0	0	2
GEEUU	0	1	0	1	-1	3
MINTUR	1	1	1	-1	1	5
Número de acuerdos	3	5	4	1	3	-
Número de desacuerdo	0	0	0	-2	-1	-
Número de posiciones	3	5	4	3	4	-

Figura 6. Matriz de posiciones valoradas.

Para realizar la evaluación de la matriz de posiciones de actores x objetivos se analizaron los resultados obtenidos en la tabla de salida 1MAO Matriz que proporciona el Mactor; donde se pudo constatar que el Gobierno de Cuba y el MINTUR son los actores más afectados por los objetivos definidos y que el IMC es el menos implicado. Esto se debe a que la gran mayoría de los objetivos están orientados directa e indirectamente a la mejora del restaurante objeto de estudio. También se puede apreciar que los actores tienen alguna implicación con todos los objetivos propuestos, los cuales responden a los principales retos estratégicos. Estos resultados también permiten apreciar que entre los actores seleccionados no manifiestan conflictos o divergencias, por lo que no se revelan objetivos conflictivos.

	AEPCT	MCEIT	DIDN	LRCI	FJ	Suma absoluta
► MINSAP	1	1	1	0	1	4
GC	1	1	1	-1	1	5
IMC	0	1	1	0	0	2
GEEUU	0	1	0	1	-1	3
MINTUR	1	1	1	-1	1	5
Número de acuerdos	3	5	4	1	3	-
Número de desacuerdo	0	0	0	-2	-1	-
Número de posiciones	3	5	4	3	4	-

Figura 7. Matriz de posiciones valoradas

Por otra parte, se analizó la Matriz de Actores/Objetivos 2MAO la cual representa el posicionamiento de los actores respecto a los objetivos. Según la matriz resultante se pudo comprobar que los actores que más presentan una posición favorable elevada al cumplimiento de los objetivos son el Gobierno Cubano y el Ministerio de Turismo, y precisamente los objetivos que arrojan mayor impacto positivo sobre el sistema objeto de estudio son el segundo (Minimizar los efectos de la crisis económica internacional para el turismo) y el último (Posibilitar los flujos turísticos a la ciudad de Holguín).

	AEPCT	MCEIT	DIDN	LRCI	FJ	Suma absoluta
► MINSAP	3	2	1	0	3	9
GC	3	3	2	-3	3	14
IMC	0	1	4	0	0	5
GEEUU	0	2	0	2	-3	7
MINTUR	2	3	2	-2	4	13
Número de acuerdos	8	11	9	2	10	-
Número de desacuerdos	0	0	0	-5	-3	-
Número de posiciones	8	11	9	7	13	-

Figura 8. Matriz de Actores/Objetivos

Diligenciadas las matrices necesarias, se obtiene la matriz valorada y ponderada de posiciones (3MAO), en la cual se observa que los objetivos con mayor grado de acuerdos al tener en cuenta las influencias entre actores, corresponden a minimizar los efectos de la crisis económica internacional para el turismo (MCEIT), de igual forma, los objetivos relacionados a Limitar relaciones

comerciales de la institución (LRCI) y Posibilitar los flujos turísticos a la ciudad de Holguín (FJ) continúan con los niveles de desacuerdo más altos (Fig. 9).

	AEPCT	MCEIT	DIDN	LRCI	FJ	Mobilización
MINSAP	1.1	0.7	0.4	0.0	1.1	3.2
GC	2.8	2.8	1.9	-2.8	2.8	13.2
IMC	0.0	0.5	1.8	0.0	0.0	2.3
GEEUU	0.0	6.4	0.0	6.4	-9.6	22.5
MINTUR	0.1	0.1	0.1	-0.1	0.1	0.4
Número de acuerdos	3.9	10.5	4.1	6.4	4.0	-
Número de desacuerdos	0.0	0.0	0.0	-2.9	-9.6	-
Grado de movilización	3.9	10.5	4.1	9.3	13.6	-

Figura 9. Matriz valorada y ponderada de posiciones

A continuación, se procede a analizar los posibles conflictos entre actores, para ello se analizan los diferentes gráficos de convergencias/divergencias (Fig. 10), Además, al valorar el grado de convergencias y divergencias entre actores se observa que el número de convergencias mayor (21,7) es del Gobierno Cubano, es decir que todos los objetivos están determinados y relacionados en su mayor parte con este y su determinación se ve influida mayormente por el mismo. Por otra parte, el de mayor grado de divergencia sería el Gobierno de los Estados Unidos.

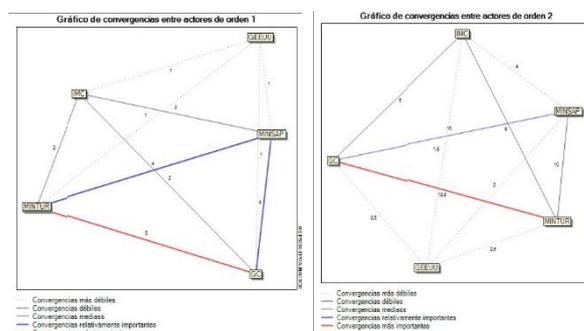


Figura 10. Gráficos de convergencias/divergencias

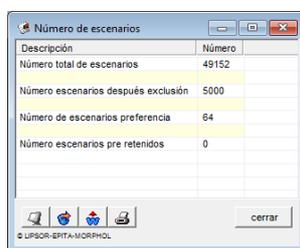
Luego de elaborar la 3MAO y analizar sus resultados se puede decir que es recomendable para el sistema crear estrategias que sean capaces de aprovechar sus oportunidades y fortalezas y contrarrestar sus debilidades y amenazas. Obviamente un mayor número de actores se unen en acuerdo a minimizar la crisis económica internacional, pues es algo que beneficia a todos para darle continuidad a sus proyectos. Por otro lado, la oposición implantada por el gobierno de los Estados Unidos siempre va a estar enfocada en limitar las relaciones comerciales y el flujo de viajeros al país, impidiendo el desenvolvimiento del sistema y del gobierno cubano. Es por ello que los actores que están en desacuerdo con estos objetivos obstaculizadores se deben dar a la tarea de emplear y explotar correctamente a su máximo los recursos y atractivos del sistema para equilibrar los pros y contra existentes.

Fase 2: Explorar el campo de los posibles y reducir la incertidumbre

Concluida la primera fase del método de construcción de escenarios, se procede a realizar la segunda fase, la cual consiste en explorar el campo de los posible y reducir la incertidumbre. Para ello, primero se realiza la descomposición del sistema en sub-sistemas o componentes. Luego se construye el espacio morfológico a partir de la asociación de tres hipótesis a cada una de las variables claves determinadas mediante el software MICMAC. Dichas hipótesis se asocian a posibles estados futuros.

Reducción del Espacio Morfológico mediante el software MORPHOL

En esta etapa se desarrolla la reducción del espacio morfológico a través de los criterios de exclusión y de selección. Primeramente, para esto fueron excluidos un total de 5 hipótesis, las cuales son consideradas con pocas probabilidades de ocurrencia, y de igual forma se seleccionaron 5 hipótesis que podrían ser las situaciones más favorables para el desarrollo del sistema en circunstancias futuras. Una vez aplicado el software, se obtuvo que el espacio morfológico útil o probable es 5000 y que existen 64 escenarios de preferencia como se puede observar en la figura 11.



Descripción	Número
Número total de escenarios	49152
Número escenarios después exclusión	5000
Número de escenarios preferencia	64
Número escenarios pre retenidos	0

Figura 11. *Espacio morfológico útil*

Durante la clasificación y selección de los escenarios se seleccionaron un total de 4 escenarios, definidos por el software como los más probables y sobre los cuales el programa realizó los cálculos pertinentes. Estos resultados se pueden observar en el Cuadro de escenarios tal y como se muestra a continuación, donde el escenario 1: 31122221 es el más probable (Fig. 12).

		Cuadro de escenarios			
Dominios	Variables	Hipótesis			
		H1	H2	H3	H4
E	C	Que se reduzca la crisis económica internacional 22 %	Que mejore la crisis económica internacional 19 %	Que la crisis económica internacional comience a optimizarse dentro de 5 años pasada la pandemia 29 %	? (C) 30 %
	TA	Que la temporada alta de turismo sea fructífera 51 %	Que la temporada alta de turismo no sea fructífera 35 %	? (TA) 14 %	
	ATI	Que se mantenga la apertura del turismo y la fidelidad del mercado canadiense y la apertura del mercado ruso 32 %	Que aumente la fidelidad del mercado canadiense y la apertura del mercado ruso 22 %	Que decaiga la fidelidad del mercado canadiense y la apertura del mercado ruso 31 %	? (ATI) 15 %
	AI	Que la inflación se mantenga por un periodo aproximado de 5 años 41 %	Que la inflación disminuya 16 %	Que la inflación aumente 31 %	? (AI) 0 %
S	LP	Que la pandemia se mantenga por los próximos 2 años 37 %	Que la pandemia sea erradicada 20 %	Que la pandemia se propague 28 %	? (LP) 0 %
EP	B	Que el bloqueo de Estados Unidos se mantenga por los próximos años 40 %	Que el bloqueo de Estados Unidos se reduzca por los próximos años 41 %	Que el bloqueo de Estados Unidos sea eliminado en los próximos años 10 %	? (B) 0 %
PL	M	Que el gobierno del país mantenga la apertura de la movilidad 57 %	Que el gobierno del país aumente las facilidades de movilidad 22 %	Que el gobierno del país disminuya las facilidades de movilidad 14 %	? (M) 0 %
A	DN	Que no ocurran desastres naturales en el presente año 39 %	Que ocurran pocos desastres naturales en el presente año 31 %	Que ocurran múltiples desastres naturales en el presente año 22 %	? (DN) 0 %

Figura 12. Cuadro de escenarios

Probabilización de los escenarios (uso del software SMIC-PROB-EXPERT)

Para llegar a los escenarios posibles y de esta forma determinar el escenario más factible para el sistema objeto de estudio restaurante “The Passsion”, se utilizó el Método SMIC (Sistema de Matices de Impactos Cruzados-Probabilizados Mediante Expertos), con el empleo del software SMIC-PROB-EXPERT. Consta de dos fases: formulación de hipótesis-elección de expertos y probabilización de los escenarios.

Primeramente, se realiza la formulación de hipótesis y la selección de los expertos. Fueron seleccionados 9 expertos.

Luego se aplica el Método Delphi para determinar las 5 o 6 hipótesis principales con las cuales resultaría factible trabajar. El Método Delphi constituye una Interrogación a expertos con la ayuda de cuestionarios sucesivos, a fin de poner de manifiesto convergencias de opiniones y deducir eventuales consensos. En este caso se aplicó una encuesta a cada uno de los 9 expertos, que dio como resultado la selección de las siguientes 5 hipótesis por su alta probabilidad de ocurrencia

- la temporada alta de turismo sea fructífera
- el bloqueo de Estados Unidos se mantenga por los próximos años
- el gobierno del país mantenga la apertura de la movilidad
- la pandemia se mantenga por los próximos 2 años
- se mantenga la apertura del turismo y la fidelidad del mercado canadiense y la apertura del mercado ruso.

Se aplica la 2da encuesta SMIC para determinar según el criterio de cada uno de los expertos las probabilidades simples, las probabilidades condicionales de

sí realización y las probabilidades condicionales de no realización en correspondencia con las hipótesis resultantes de la primera encuesta SMIC.

Como resultado del procesamiento de los resultados de dichas encuestas, el software Smic-Pro-Expert generó un histograma de probabilidad de los escenarios (Fig. 13), a través del cual se escogieron posibles escenarios de alta, media y baja probabilidad de ocurrencia.

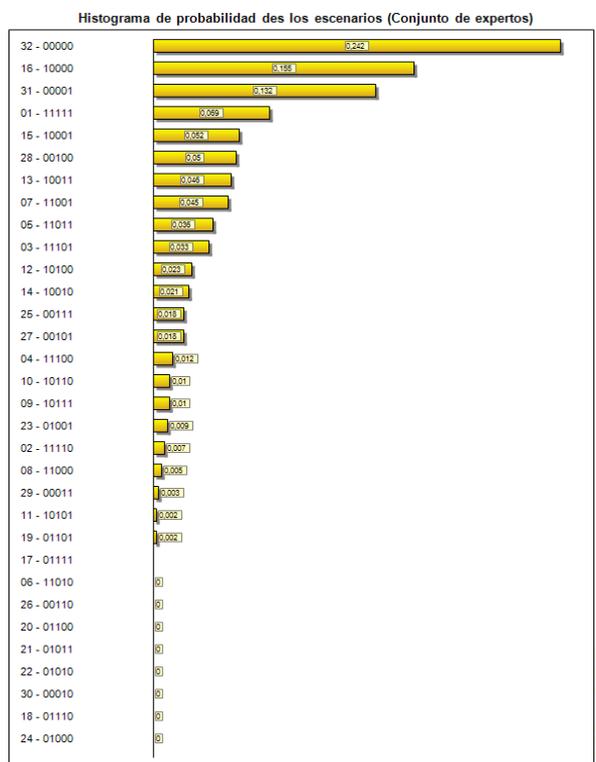


Figura 13. Histograma de probabilidad de los escenarios

De los cuales se seleccionó para su elaboración el de media probabilidad de ocurrencia en el cual se cumplen todas las hipótesis (escenario 1- 11111 con una probabilidad de 0,069) Por otra parte se tienen los escenarios de probabilidad alta (escenario 32- 00000 con probabilidad de 0,242) y de probabilidad baja (escenario 10- 10110 con probabilidad de 0,01)

En el escenario de mayor probabilidad como se puede apreciar las hipótesis seleccionadas tendrían una alta probabilidad de no ocurrir. Es decir que el sistema objeto de estudio el restaurante “The Passsion” no se vería condicionado por ninguno de estos factores externos a él, sus actividades se lograrían realizar de manera normal y eficiente sin ningún contratiempo. De igual forma significa que los actores de relacionados a la investigación el Ministerio de Salud Pública, Gobierno de la República de Cuba, Gobierno de los Estados Unidos, Ministerio de Turismo no tendrían un rol tan imprescindible para el desarrollo del sistema.

Por otra parte, el escenario de probabilidad baja en cambio toma como posibilidad de ocurrencia 3 hipótesis, que la temporada alta del turismo sea fructífera, que el gobierno mantenga la apertura de la movilidad y que la pandemia se mantenga por los próximos 2 años. Son variadas las formas en que

estas hipótesis lograrían condicionar al sistema objeto de estudio, ya que gran parte de sus actividades están relacionadas con estas variables.

Fase 3: Elaboración de los escenarios

Se escoge el escenario posible 1 (11111) por decisión de la dirección del sistema:

Esta escena adjudicará una perspectiva futura para el mejoramiento de la proyección estratégica a largo plazo para el restaurante "ThePasssion". En este contexto, se prevé que la pandemia del coronavirus continúe perjudicando las diversas actividades económicas y sociales que posibilitan el desarrollo económico del país, como el turismo y las actividades de servicio. La contención de la pandemia será posible con el esfuerzo de las instituciones gubernamentales y de salud pública del Gobierno de Cuba, y la voluntad primeriza de todos los cubanos, liderados por el Ministerio de Salud Pública; esta causa se espera, en este escenario, que tome alrededor de dos años.

La histórica batalla del Gobierno de los Estados Unidos contra Cuba y el bloqueo no cesarán en esta atmósfera. El restaurante "The Passsion", continuará siendo víctima de frenos, obstáculos y dificultades para desarrollar su cometido. En contrapartida a esta nebulosa, se espera que la temporada alta del turismo sea fructífera, y la actividad económica turística vuelva a posicionarse como capital, así como el servicio del restaurante "The Passsion". Además, se cuenta con la expectativa esperanzadora de que se acreciente la fidelidad del mercado canadiense en Cuba y la apertura del mercado ruso, debido a las excelentes relaciones internacionales que se mantienen con estas naciones. La perspectiva de este escenario indica además que el gobierno del país mantendrá la apertura de la movilidad ciudadana y flexibilizará las medidas de restricción tomadas durante la pandemia, ya que esta continúa con un contexto favorable.

Luego del análisis realizado anteriormente, se llega al resultado de la investigación cumpliendo así su objetivo, la formulación de políticas, estrategias y acciones para el escenario probable seleccionado para el sistema objeto de estudio, empleando el Método de Construcción de escenarios y herramientas computacionales como software de prospectiva. Se realiza una propuesta de políticas, estrategias y acciones para favorecer el proceso de planeación estratégica de la organización.

La propuesta desarrollada consta de 3 políticas, las que se dirigen fundamentalmente a los procesos administrativos y de gestión documental de la organización, y 5 estrategias que están concretadas con un total de 11 acciones. El administrador y los trabajadores del restaurante deben implementar estas políticas, estrategias y acciones que conducirán a la toma de decisiones para el mejoramiento de su planeación estratégica. Las acciones propuestas tienen un tiempo delimitado de entre uno y dos años para su cumplimiento.

Se elaboró una tabla que contiene la propuesta de políticas, estrategias y acciones para favorecer la planeación estratégica del restaurante "The Passsion".

Conclusiones

El análisis bibliográfico de la literatura especializada confirmó la existencia de trabajos sobre la prospectiva estratégica aplicadas a las empresas.

Se obtuvieron los escenarios más probables para el futuro próximo de la organización a partir de la implementación de los diferentes softwares de prospectiva, y se elaboró una propuesta de políticas, estrategias y acciones para favorecer la planeación estratégica del restaurante “The Passsion”.

Se propuso un plan que consta de 3 políticas, 5 estrategias que están concretadas con un total de 11 acciones de para favorecer la planeación estratégica a largo plazo del restaurante “The Passsion”.

Referencias bibliográficas

- Astigarraga, E. (2016). Estrategia Prospectiva: orígenes, conceptos clave e introducción a su práctica. *ICAP-Revista Centroamericana de Administración Pública*, (71).
https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=http://prospectiva.eu/dokumentuak/Astigarraga-E_prospectiva_publication_ICAP_2016.pdf&ved=2ahUKEwju1dSzkL2EAxWSbTABHZVyCt4QFnoECA8QAQ&usq=AOvVaw3Qa-os5ByB-SV5Ji7XjACy
- Cano Torres, L. G., & Romero Moreno, A. I. (2021). *Construcción de escenarios y análisis de estrategias de supervivencia para una Mype del sector gastronómico. El caso de la heladería artesanal MasDeli Perú*. Pontificia Universidad Católica del Perú].
https://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/20.500.12404/20828/CANO_TORRES_ROMERO_MORENO%20%281%29.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Chuquitarco Guamán, A. A., & Vásquez Vivanco, M. Á. (2019). DIMENSIÓN PROSPECTIVA Y SU ADAPTACIÓN AL ENTORNO EMPRESARIAL ACTUAL. *Revista electrónica TAMBARA*, 8(48).
https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://tambara.org/wp-content/uploads/2019/09/6.DimensPropsec_CHuquitarco_FINAL.pdf&ved=2ahUKEwi8qPeOk72EAXUkSDABHUBEDwwQFnoECB4QAQ&usq=AOvVaw32vzBBTStjXxl3ZDwMCB2V
- Espinal Ruiz, D. J., Escarpetta Calero, G., & Cruz Gonzales, N. (2020). Análisis prospectivo estratégico de la educación superior en Colombia. *Cultura, Educación y Sociedad*, 11(1).
<http://dx.doi.org/10.17981/cultedusoc.11.1.2020.13>

- Fernández Estrada, O. (2020). El sector privado en cuba: entre el dogma y la reforma. *Friedrich-Ebert-Stiftung*.
<https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://library.fes.de/pdf-files/bueros/fescaribe/16568.pdf&ved=2ahUKEwjauuOXI72EAX5RDABHQJXBpUQFnoECBoQAQ&usg=AOvVaw0r1b3a3 kP-uRxtj z84jl>
- Fernández Güell, J. M. (2012). OPORTUNIDAD Y CONVENIENCIA DE APLICAR LA PROSPECTIVA AL SECTOR TURISMO. *Estudios Turísticos*, 192. [http://oa.upm.es/16723/1/INVE MEM 2012_136283.pdf](http://oa.upm.es/16723/1/INVE_MEM_2012_136283.pdf)
- Garzón Ruiz, J. c., & Ugando Peñate, M. (2022). Análisis Prospectivo Estratégico para la empresa Inseletric en la provincia de Santo Domingo de los Tsáchilas-Ecuador. *Revista Latinoamericana de Difusión Científica*, 4(6). <https://doi.org/https://doi.org/10,38186/difcie.46.18>
- Gutiérrez-Suárez, C., Quintero-Patiño, D., Gutiérrez-Urbe, C. L., Rivera-Porras, D., & Nova-Reyes, E. (2018). *Retos y paradigmas de las organizaciones en el siglo xxi* (C. U. M. d. Dios, Ed.)
https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://repository.uniminuto.edu/bitstream/10656/13322/1/Libro_Retos_%2520paradigmas%2520digital_2018.pdf&ved=2ahUKEwi9qfrUkb2EAXWnRzABHVzEckYQFnoECBIQAQ&usg=AOvVaw2zFtyfLo2C-DbWNtr6pOKD
- Infantes Silva, V., & Infante Cutiño, R. (2019). *Análisis de la planeación estratégica del restaurante “ThePasssion”* [Trabajo de Curso, Universidad de Holguín Oscar Lucero Moya].
- Infantes Silva, V., & Infante Cutiño, R. (2020). *Propuesta de mejoras para la comercialización del restaurante* Universidad de Holguín Ocar Lucero Moya].
- Jaramillo Torres, V. (2020). *La prospectiva como elemento clave de la planeación*. Universidad Militar Nueva Granada]. Bogotá, Colombia. <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/37153/JaramilloTorresViviana2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Lechuga-Cardozo, J.-I., & Leyva-Cordero, O. (2020). World Order 2020 Scenarios Analysis from the Strategic Perspective. *Ánfora*, 27(48). <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://publicaciones.autonoma.edu.co/index.php/anfora/article/download/672/507/2038&ved=2ahUKEwjB2ZCJmb2EAXHRzABHeEtDDwQFnoECBMQAQ&usg=AOvVaw3KbvAXapJrBrX3u rc3TMJ>
- Máttar, J., & Cuervo, M. (2016). *Planificación y prospectiva para la construcción de futuro en América Latina y el Caribe*. CEPAL. <https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://repositorio.cepal.org/bitstreams/3d73fbc8-0688-4562-aca1->

[90d088cbb181/download&ved=2ahUKEwie87ujqL2EAxVCRzABHTI7CqgQFnoECBwQAQ&usg=AOvVaw2v3LscUqgGh9N8yvI9zF7m](https://doi.org/http://dx.doi.org/10.17981/cultedusoc.11.1.2020.13)

- Morocho Calva, D. G., Granada Paz, R. A., & Arias Chávez, D. A. (2020). Prospectiva estratégica: herramientas tecnológicas para la toma de decisiones en el orden gerencial hospitalario. . *Sinergia. Versión electrónica*, 11(2).
<https://doi.org/http://dx.doi.org/10.17981/cultedusoc.11.1.2020.13>
- Pino Mejias, R. (2018). *ANÁLISIS PROSPECTIVO ESTRATÉGICO DE LOS PROCESOS EN EL HOTEL BRISAS GUARDALAVACA DE HOLGUÍN* [Tesis presentada en opción al título de Ingeniero Industrial, https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://repositorio.uho.edu.cu/handle/uho/4542&ved=2ahUKEwjLoPLBmb2EAxWYQjABHadAB_cQFnoECA0QAQ&usg=AOvVaw0DKrkpl_e5D3uqN2C1ayEZ]
- Rodríguez Quirós, J. A. (2020). *La prospectiva, una herramienta estratégica en las organizaciones* [Trabajo de Grado, Universidad Católica de Colombia.]. Bogotá, Colombia
<https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://repository.ucatolica.edu.co/handle/10983/25689&ved=2ahUKEwjFpNqVqb2EAxUERzABHQ1CBXwQFnoECBcQAQ&usg=AOvVaw3jfAwFfD1mBc1hqRm1kPsA>
- Sánchez Rayas, F. (2021). Análisis de la prospectiva estratégica de las Pymes que suministran servicios o autopartes en el ramo automotriz en Querétaro. *Ciencias Administrativas Teoría y Praxis*, 1(17).
<https://doi.org/https://doi.org/10.46443/catyp.v17i1.270>
- Santiago Ferro, R. M. (2019). Escenarios prospectivos estratégicos a 2030 de las producciones agrícolas bajo riego de la cuenca del río colorado (La Pampa, Argentina). *Revista de estudios políticos y estratégicos*, 7(2).
<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=7491306&orden=0&info=link>
- Song, X., Mo, Z., Liu, M. T., Niu, B., & Huang, L. (2022, 2022). Cooperator or supporter: how can cross-boundary Macau–Zhuhai metropolis promote regional tourism together? *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 34(10), 2207-2236. <https://doi.org/10.1108/APJML-02-2021-0137>
- Vargas Martínez, E. E., & Cortés Bello, R. d. C. (2018). Prospectiva en agencias de viajes: una revisión de la literatura. *Turismo y Sociedad*, xxii
<https://doi.org/https://doi.org/10.18601/01207555.n22.03>

Capítulo XIV. La formación de competencias en inglés y su impacto en el sector turístico de Tehuacán



LA FORMACIÓN DE COMPETENCIAS EN INGLÉS Y SU IMPACTO EN EL SECTOR TURÍSTICO DE TEHUACÁN

English Skills Training and Its Impact on Tehuacán's Tourism Sector

María del Carmen Cira Machuca Lavariega

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Complejo Regional Sur

<https://orcid.org/0009-0003-2702-5435>

carmen.machuca@correo.buap.mx

Mabel Domínguez Carrera

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Complejo Regional Sur

<https://orcid.org/0000-0002-6411-6286>

mabel.dominguez@correo.buap.mx

Guadalupe Fernández López

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Complejo Regional Sur

<https://orcid.org/0000-0002-2890-2765>

lupita.fernandez@correo.buap.mx

Maria del Rocio Herrera Rojas

Benemérita Universidad Autónoma de Puebla

<https://orcid.org/0009-0006-4152-5366>

maria.herrera@correo.buap.mx

Como citar: Machuca Lavariega, V, dC, C., Domínguez Carrera, M., Fernández López, G., & Herrera Rojas, M, dR. (2024). La formación de competencias en inglés y su impacto en el sector turístico de Tehuacán. In *Perspectivas multidisciplinares del turismo: Desafíos y oportunidades en Cuba y México* (pp. 243-254). Ciencia Digital. <http://libros.cienciadigital.org/index.php/CienciaDigitalEditorial/catalog/book/>

Resumen

En el mundo globalizado de hoy día, el dominio del idioma inglés constituye una competencia primordial para los estudiantes de turismo. El objetivo de la presente investigación se dirigió a explorar las percepciones y experiencias de los estudiantes de la carrera Administración de Empresas de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, México, en lo referido al aprendizaje del inglés y su impacto en sus futuras carreras profesionales. Se desarrolló un estudio cualitativo, mediante grupos focales que permitió estudiar una muestra de estudiantes universitarios. A través de la transcripción y codificación de la información se obtiene como principales resultados la importancia del dominio del inglés por parte de los profesionales del sector como una vía que contribuye a establecer una comunicación efectiva con los turistas y favorece el acceso a información relevante, así como mejorar su perfil profesional brindando más oportunidades laborales en un mundo cada vez más globalizado.

Palabras clave: Turismo, Hospitalidad, inglés, Formación, Competencias, Currículo, Estrategias educativas

Abstract

In today's globalized world, English proficiency is a primary competency for tourism students. The objective of this research was to explore the perceptions and experiences of students of the Business Administration program of the Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, Mexico, regarding the learning of English and its impact on their future professional careers. A qualitative study was carried out through focus groups that allowed us to study a sample of university students. Through the transcription and coding of information, the main results are the importance of English proficiency by professionals in the sector as a way that contributes to establishing effective communication with tourists and favors access to relevant information, as well as improving their professional profile, providing more job opportunities in an increasingly globalized world.

Keywords: Tourism, Hospitality, English, Training, Skills, Curriculum, Educational Strategies

Introducción

El dominio del idioma inglés se ha convertido en una competencia fundamental para los estudiantes de turismo en la actualidad, especialmente en un contexto globalizado donde la comunicación intercultural desempeña un papel crucial en el sector. En este sentido, La presente investigación se enfoca a través de un estudio cualitativo a explorar las percepciones y experiencias de los estudiantes de la carrera de Administración de Empresas de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, México, en relación con el aprendizaje del inglés y su impacto en sus futuras carreras profesionales.

La importancia de este estudio radica en la necesidad de comprender cómo los estudiantes perciben la formación de competencias en inglés en el desempeño de las prácticas laborales dentro del contexto específico del turismo en Tehuacán, una región reconocida por su riqueza cultural y turística. A través de grupos focales, se ha buscado identificar los desafíos que enfrentan los estudiantes al adquirir esta competencia, así como los beneficios y oportunidades que consideran que les brindará el dominio del idioma en su futuro laboral en el sector turístico local.

Mediante el análisis detallado de las percepciones y experiencias de los estudiantes, se pretende aportar información valiosa que pueda contribuir a mejorar las estrategias educativas relacionadas con la formación de competencias en inglés para los alumnos que se desempeñan en el ámbito del turismo. Además, se busca proporcionar insights significativos que puedan ser utilizados para fortalecer la preparación académica y profesional de los futuros profesionales del turismo en Tehuacán, México.

Este artículo presenta los hallazgos y conclusiones resultado del análisis temático de los datos recopilados durante los grupos focales con estudiantes de

Administración de Empresas que se forman en el contexto del turismo, ofreciendo una visión detallada y significativa sobre la formación de competencias en idioma inglés en este contexto específico.

Revisión de la literatura

El aprendizaje y dominio del idioma inglés en el contexto de la Educación Superior y específicamente en el campo del turismo ha sido objeto de interés en la literatura académica. Varios estudios han destacado la importancia de las competencias lingüísticas en inglés para los estudiantes que tienen como mercado laboral el turismo, tanto en términos de comunicación con turistas internacionales como en el acceso a oportunidades laborales globales, (Pupo Ferrás, 2006; Tigua Anzules et al., 2017).

La importancia de dominar una segunda lengua, se hace más imprescindible en un mundo cada vez más globalizado. Donde la economía y los negocios han sufrido grandes transformaciones y principalmente el campo laboral del sector del turismo. Por otra parte, el turismo se viene recuperando después del impacto del Covid-19 (Díaz-Pompa et al., 2023; Montero-López et al., 2022) por lo que se evidencia un mayor crecimiento de la actividad turística a nivel internacional. Estos factores hacen necesario aprender y dominar el inglés como el idioma de mayor importancia a nivel global para afrontar con éxito estos retos, (Zambrano Palacios, 2019).

En el turismo la calidad de los servicios y la rentabilidad del sector depende en gran medida de la capacidad de comunicación entre los recursos humanos y los turistas, (Yáñez García et al., 2019). En tal sentido, Alonso Alonso (2006) refiere que se necesita de un enfoque objetivo sobre las tareas en las que se debe utilizar la lengua inglesa en el contexto profesional.

Estudios relacionados con las competencias de los profesionales del sector del turismo como Friman Martínez (2008) revelan que más de la mitad cuentan con un bajo dominio del vocabulario especializado de los diferentes departamentos, así como, un insuficiente conocimiento relacionado con los aspectos culturales de los mercados emisores que son atendidos en los destinos turísticos.

En un estudio realizado por Pupo-Ferrás et al. (2012), se encontró que los estudiantes que se desempeñan durante sus prácticas laborales en el contexto del turismo perciben el inglés como una habilidad fundamental para su futura inserción laboral en un mercado cada vez más competitivo y diverso. La investigación resaltó la necesidad de mejorar los programas educativos para fortalecer las competencias lingüísticas de los estudiantes y prepararlos adecuadamente para los desafíos del sector turístico internacional.

Por otro lado, el trabajo de Rodríguez Escalona (2016) identifica los principales desafíos que enfrentan los estudiantes que se desempeñan en el contexto del turismo al aprender inglés, incluyendo la falta de práctica oral, la dificultad con la pronunciación y la complejidad gramatical. Estos hallazgos resaltan la

importancia de diseñar estrategias educativas efectivas que aborden estas dificultades y promuevan un aprendizaje significativo del idioma.

Además, investigaciones como la realizada por Tigua Anzules et al. (2017) han destacado los beneficios tangibles que el dominio del inglés puede aportar a los estudiantes, tales como mayores oportunidades laborales, acceso a redes internacionales y una ventaja competitiva en el mercado laboral. Estos resultados subrayan la relevancia de invertir en el desarrollo de competencias lingüísticas en inglés como parte integral de la formación académica de los futuros profesionales del turismo.

En el trabajo de Aviles Varas (2019) los principales hallazgos ponen de relieve que las competencias adquiridas en el área de inglés en la etapa de formación académica en la universidad no satisfacen las expectativas laborales de una empresa turística. Por lo que la muestra de estudio considera que no cumplen con sus expectativas. Entre las principales motivaciones se encuentra aprender el idioma inglés para lograr un mejor desempeño profesional. Al mismo tiempo, recomienda el diseño de estrategias educativas que permitan atender las dificultades encontradas.

En investigaciones más recientes, como el trabajo de Cifuentes Rojas et al. (2024), muestra la existencia de barreras en la comunicación en el ámbito del sector turístico, entre las que se encuentran las lingüísticas, culturales, jerga y terminología técnica, competencias personales, y tecnológicas. Como principales resultados se ha observado que los profesionales del turismo a menudo enfrentan desafíos específicos en el aprendizaje del inglés, como la falta de exposición a situaciones reales de comunicación en el idioma y la necesidad de mejorar las habilidades de comprensión oral. Estos hallazgos subrayan la importancia de implementar metodologías educativas innovadoras que fomenten un aprendizaje más práctico y significativo del idioma.

En el contexto mexicano, el turismo es una de las actividades económicas fundamentales con un aporte significativo al PIB, (Rivas García et al., 2019). Estos autores refieren, además, que contribuyó significativamente a la generación de empleos. Por tanto, el gobierno de México a través de sus políticas ha impulsado el desarrollo de esta industria.

En tal sentido, Rivas García et al. (2019) pondera el desarrollo de las competencias en idioma de los profesionales de este importante sector de la economía mexicana. Entre los principales resultados de la investigación resaltan la falta de precisión en cuanto a conocimientos, perfil, características y competencias que debe tener el profesional para un desempeño eficaz en su puesto de trabajo. Para la cual, proponen las competencias que deben lograr desde la concepción del saber, saber hacer y ser. Incluye, además, un conjunto de competencias genéricas o transversales.

En la investigación realizada por Rodríguez Escalona (2016) los resultados muestran aspectos positivos y negativos en los componente cognitivo, afectivo y conductual. En cuanto a las principales reservas encontradas se encuentran que

los alumnos muestran actitudes negativas en cuanto a la calidad de las clases de inglés de manera curricular. Muestran resistencia en cuanto al dominio de tiempos verbales, la pronunciación, reglas gramaticales, entre otros. Por otra parte, los estudiantes de la muestra no demuestran interés por el aprendizaje continuo, por lo que no se esfuerzan por mejorar el nivel de inglés además de las clases. Finalmente, se evidencia que la enseñanza del inglés no se centra en el enfoque comunicativo, de forma tal que las clases pongan el centro de atención en la formación de habilidades con un amplio dominio del vocabulario atemperado al sector del turismo.

En conjunto, la literatura existente proporciona una base sólida para comprender la importancia del aprendizaje del idioma inglés en el contexto del turismo y destaca la necesidad de investigaciones adicionales que aborden específicamente las percepciones y experiencias de los estudiantes en este ámbito, como se propone en el presente estudio cualitativo.

Metodología

El objetivo de la investigación fue explorar cómo los estudiantes de la carrera Administración de Empresas que realizan sus prácticas laborales en el sector del turismo en Tehuacán, México, perciben el aprendizaje del idioma inglés y cómo creen que esta competencia impactará en su futura carrera en el sector turístico local.

La muestra, de tipo intencional, consistió en la selección de 48 estudiantes de diferentes niveles de la carrera de Administración de Empresas de la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla, asegurando una muestra diversa que represente a la población estudiantil en términos de género, edad y experiencia previa con el idioma inglés.

Tabla 5. Características sociodemográficas de la muestra

Características sociodemográficas	Datos
Edad	18-20 años (12), 21-23 años (22), 24-26 años (16)
Género	Femenino (24), masculinos (15), otros (9)
Años académicos	2do, 4to, 8vo y 10mo semestre
Prácticas laborales	Hoteles (17), agencias de viajes (8), mayoristas, compañías de transporte (6); servicios complementarios del turismo: deportivos, culturales, guías turísticos, entre otros (17).

El diseño del protocolo partió de la concepción del guion para los grupos focales, el que se estructuró teniendo en cuenta los criterios de Díaz-Pompa et al. (2020) quedando de la siguiente forma:

Inicio de la sesión del grupo focal

Presentación del moderador y los participantes.

Explicación del propósito del grupo focal y las reglas básicas (respeto, participación activa, confidencialidad).

Realización de las preguntas abiertas, permitiendo que los participantes compartan sus experiencias y opiniones: ¿Cuáles son tus experiencias al aprender inglés en el contexto de tu carrera en Administración de Empresas? ¿Qué desafíos has enfrentado al adquirir esta competencia? ¿Cómo crees que el dominio del inglés te beneficiará en tu futuro laboral en el sector turístico de Tehuacán? ¿Cómo describirías tu proceso de adquisición de competencias en inglés hasta ahora? ¿Puedes mencionar situaciones específicas que hayan sido especialmente difíciles para ti al aprender inglés dentro de tu programa académico? ¿Qué oportunidades crees que se te abrirán al tener un buen nivel de inglés en esta industria?

Después de explicado el proceso del grupo focal, se fomentó la discusión entre los participantes a partir de las interrogantes planteadas, de forma tal que se profundizó en los temas emergentes. La facilitadora fomentó un ambiente de confianza y respeto para que los participantes de forma tal que se sintieran cómodos compartiendo sus experiencias. Se moderó la discusión para asegurar que se abordaran todos los temas relevantes para la investigación.

Cierre de la sesión del grupo focal

El cierre de la sesión se realizó agradeciendo a los participantes por el tiempo y contribuciones dadas para el desarrollo exitoso de la actividad. Se ofreció información sobre el tratamiento de los datos recopilados y la confidencialidad de la información proporcionada. Finalmente, se dio la posibilidad para que los participantes realizaran sus preguntas o emitieran sus comentarios finales.

Se llevaron a cabo tres grupos focales. Las sesiones se realizaron en la universidad, facilitando un ambiente cómodo y propicio para la discusión.

Una vez concluidos los grupos focales, se transcribieron las sesiones y se analizaron los datos recopilados en la búsqueda de patrones comunes, diferencias significativas y percepciones clave sobre la formación de competencias en inglés entre los estudiantes de Administración de Empresas en Tehuacán. Se identificaron temas, ideas y conceptos clave que surgieron de las respuestas de los participantes.

A partir de los datos codificados se realizó un análisis temático de los datos codificados. Las respuestas se agruparon de acuerdo a la relación con las categorías o temas comunes. Se buscaron patrones, similitudes y diferencias significativas entre las percepciones y experiencias de los estudiantes en relación con la formación de competencias en inglés y los puntos en común en cuanto a los desafíos, beneficios y experiencias relacionadas con el aprendizaje del inglés en el contexto del turismo.

Resultados

Importancia del dominio del idioma inglés

Uno de los objetivos de la investigación se dirigió a conocer a través del discurso de los informantes clave, la importancia que reviste el dominio del idioma inglés para su desempeño profesional. A partir del discurso de los entrevistados emergieron diferentes categorías de análisis.

Entre las categorías más mencionadas por los estudiantes se encuentran, la competitividad, comunicación, oportunidades laborales, habilidades lingüísticas. Los criterios que emiten los protagonistas de esta investigación, así lo corroboran:

Por ejemplo: El estudiante E12 pondera el dominio del idioma inglés como una herramienta que le brinda una ventaja competitiva ante el resto de los estudiantes de la competencia para optar por mejores oportunidades laborales.

“Creo que hoy en día el inglés es una herramienta indispensable para competir en el mercado laboral internacional, por lo que es esencial dominarlo para tener más oportunidades laborales.” (E12)

Para E27, el dominar el idioma le permite comunicarse de forma acertada con los clientes, lo que le permite satisfacer las necesidades de estos, así como con colaboradores de diferentes partes del mundo.

“Desde mi experiencia, he notado que muchas empresas valoran positivamente el dominio del inglés, ya que les permite comunicarse con clientes y colaboradores de diferentes partes del mundo. Por lo tanto, creo que es crucial para acceder a buenas oportunidades laborales.” (E27)

De igual forma E4 y E35, refuerzan las ideas planteadas por E12 y E27, a partir de que resaltan la necesidad de desarrollar las habilidades lingüísticas y el acceso a propuestas laborales de calidad.

“El inglés no solo facilita la comunicación con personas de diferentes nacionalidades, sino que también abre las puertas a empresas multinacionales que buscan empleados con habilidades lingüísticas sólidas. Por eso, considero que es importante para acceder a propuestas laborales atractivas.” (E4)

“En un entorno laboral cada vez más competitivo, el dominio del inglés se ha convertido en un requisito básico en muchas industrias. Creo que es una habilidad clave que puede marcar la diferencia al buscar empleo, por lo que lo considero fundamental para acceder a propuestas laborales de calidad.” (E35)

Conocimientos necesarios en el idioma inglés para poder interactuar con una persona de habla inglesa

En cuanto a los conocimientos con los que deben contar los profesionales que se desempeñan en el sector turístico para interactuar con los clientes. Algunos estudiantes refieren sentirse inseguros para comunicarse de manera efectiva con los turistas cuyo idioma para poder satisfacer sus necesidades es el inglés, (E17, E13).

“Sí, tengo un nivel intermedio de inglés que me permite comunicarme de manera básica con personas de habla inglesa. Aunque a veces me siento inseguro/a, estoy dispuesto/a a seguir mejorando mis habilidades lingüísticas para poder interactuar de manera más fluida.” (E17)

Otros reconocen, que no es suficiente el nivel de idioma alcanzado y que tienen áreas en las que deben seguir trabajando, principalmente en el vocabulario técnico y en cuestiones como la fluidez en la conversación, (E46, E28, E25)

“Considero que mi nivel de inglés es suficiente para mantener conversaciones sencillas con personas que hablan inglés. Sin embargo, reconozco que aún tengo áreas de mejora, especialmente en términos de vocabulario técnico y fluidez en la conversación.” (E46)

“Sí, tengo una base sólida en inglés que me permite comunicarme efectivamente en situaciones cotidianas. A pesar de esto, siento que necesitaría practicar más para sentirme completamente seguro/a al interactuar con hablantes nativos de inglés en un entorno laboral.” (E13)

Por otra parte, se puede constatar la voluntad y esfuerzo de los estudiantes por querer superar las dificultades que presentan para lograr dominar el idioma inglés y lograr un mejor desempeño en su puesto laboral, (E17, E28, E25)

“Creo que mi nivel de inglés es adecuado para comunicarme con fluidez y comprender conversaciones simples en inglés. Sin embargo, reconozco que enfrentaría desafíos al interactuar en situaciones más formales o técnicas, por lo que estoy trabajando en mejorar mi dominio del idioma.” (E28)

“Sí, tengo conocimientos básicos de inglés que me permiten entender y expresarme en situaciones cotidianas. Aunque me esfuerzo por mejorar mi fluidez y precisión en el idioma, considero que aún necesito práctica para sentirme completamente cómodo al interactuar con hablantes nativos de inglés.” (E25)

Experiencias al aprender inglés en sus carreras

Respecto a las vivencias de los estudiantes en el proceso de enseñanza aprendizaje del inglés, existe diversidad de criterios. Desde el punto de vista positivo, las principales experiencias se centran en la participación en cursos especializados, preferiblemente en la industria turística, las que le permiten mejorar sus habilidades lingüísticas y adquirir un vocabulario técnico acorde a

las necesidades del sector, (E2). Además, el desarrollo de las prácticas laborales en el sector es fundamental para el desarrollo de las competencias en idioma de los futuros profesionales, (E23).

“Durante mi carrera, he tenido la oportunidad de aprender inglés a través de cursos especializados en la industria turística. Esta experiencia me ha permitido no solo mejorar mis habilidades lingüísticas generales, sino también adquirir vocabulario específico relacionado con el sector, lo cual me ha sido de gran utilidad en mi formación académica y profesional.” (E2)

“... he realizado prácticas profesionales en hoteles y agencias de viajes donde el inglés era el idioma predominante. Esta experiencia me ha ayudado a desarrollar mis habilidades de comunicación en inglés, así como a comprender la importancia de dominar el idioma para brindar un servicio de calidad a turistas internacionales.” (E23)

Por otra parte, se encuentran experiencias negativas, por ejemplo, E34 y E19, encuentran la falta de recursos y oportunidades para la práctica sistemática del inglés, principalmente en el contexto profesional. Para E19 y E21 las dificultades están en la escasez de actividades extracurriculares que fomenten el aprendizaje del idioma.

“Lamentablemente, mi experiencia al aprender inglés en el contexto de mi carrera en turismo ha sido limitada debido a la falta de recursos y oportunidades para practicar el idioma de manera constante. Esto ha dificultado mi progreso en el dominio del inglés en un entorno profesional específico.” (E34)

“Mis experiencias al aprender inglés en el contexto de mi carrera han sido frustrantes, ya que he tenido dificultades para encontrar oportunidades de práctica y perfeccionamiento del idioma. Esto ha afectado mi confianza al interactuar con colegas y clientes de habla inglesa en el ámbito turístico.” (E19)

“A lo largo de mi formación, he enfrentado desafíos significativos al intentar mejorar mi inglés, como la falta de apoyo académico especializado y la escasez de actividades extracurriculares que fomenten el aprendizaje del idioma. Estas limitaciones han obstaculizado mi desarrollo profesional en un entorno internacional.” (E21)

Desafíos has enfrentado al adquirir esta competencia

Entre los principales desafíos encontrados por los estudiantes se encuentra superar sus miedos, principalmente hablar en público en un idioma extranjero (E29), el dominio del léxico, dicción y vocabulario técnico (E31), la falta de opciones para prácticas sistemáticas (E14), así como el dominio de los elementos relacionados con la gramática (E46).

“Al adquirir competencias en inglés, uno de los desafíos que he enfrentado ha sido la superación de la timidez al hablar en público en un idioma extranjero. Sin embargo, gracias a la práctica constante y la participación en grupos de conversación, he logrado vencer esta barrera y mejorar mi fluidez verbal.” (E29)

“Uno de los desafíos que he enfrentado al adquirir competencias en inglés ha sido la comprensión de acentos y vocabulario regional. Para superar este obstáculo, he dedicado tiempo a escuchar variedad de materiales audiovisuales y practicar con hablantes nativos de diferentes regiones del mundo.” (E31)

“En mi proceso de adquisición de competencias en inglés, me he enfrentado al desafío de la falta de oportunidades para practicar el idioma en un entorno inmersivo. La escasez de interacciones cotidianas en inglés ha dificultado mi progreso y me ha obligado a buscar alternativas como clases particulares y grupos de conversación.” (E14)

“Uno de los desafíos más significativos que he enfrentado al adquirir competencias en inglés ha sido la dificultad para recordar y aplicar correctamente la gramática y la estructura del idioma en situaciones de comunicación real. Este obstáculo ha requerido un esfuerzo adicional en la práctica y la revisión constante de mis conocimientos.” (E46)

“...la falta de opciones para participar en debates y presentaciones en idioma inglés.” (E30)

Beneficios del dominio del inglés en el futuro laboral en el sector turístico de Tehuacán

El dominio de las competencias en idioma inglés por parte de los estudiantes que se vincularán al sector turístico de Tehuacán trae consigo beneficios que le permitirán en el futuro posicionarse como un destino turístico de excelencia. Entre los principales beneficios se resalta una comunicación efectiva que permita ofrecer servicios de calidad a los turistas que visitan el destino (E10), la atención a un segmento de mercado más amplio, favorecer las relaciones internacionales, lo que brinda mayor visibilidad del destino y la atracción de inversiones (E35). Contar con profesionales más competentes con la participación en programas de intercambio y capacitación en el extranjero (E31).

“Creo que el dominio del inglés será fundamental para mi futuro laboral en el sector turístico de Tehuacán, ya que me permitirá comunicarme de manera efectiva con turistas internacionales y ofrecerles un servicio de calidad. Además, me abrirá oportunidades para trabajar en empresas internacionales y establecer relaciones comerciales con socios extranjeros.” (E10)

“El dominio del inglés me beneficiará en mi futuro laboral en el sector turístico de Tehuacán al permitirme acceder a puestos de trabajo que requieran habilidades lingüísticas bilingües. Podré atender a una amplia gama de clientes internacionales y participar en proyectos turísticos globales, lo que ampliará mi horizonte profesional y me dará una ventaja competitiva en el mercado laboral local.” (E35)

“Con un buen nivel de inglés, podré participar en programas de intercambio y capacitación en el extranjero, lo que ampliará mi experiencia laboral y me permitirá adquirir conocimientos y habilidades únicas en la industria turística. Además, podré establecer conexiones con profesionales internacionales y explorar oportunidades de desarrollo profesional en mercados globales.” (E31)

Conclusiones

Este estudio proporcionó una visión profunda de las percepciones de los estudiantes de la carrera de Administración de Empresas en Tehuacán sobre la formación de competencias en inglés y su desempeño a partir de las prácticas laborales en el sector turístico. Sienta las bases para posibles mejoras en el plan de estudios y las prácticas educativas.

Los estudiantes identificaron la falta de práctica oral, las dificultades con la pronunciación y la complejidad gramatical como obstáculos significativos en el proceso de aprendizaje del idioma inglés. Estos desafíos resaltan la necesidad de implementar estrategias educativas que fomenten la práctica activa del idioma y aborden específicamente las áreas problemáticas identificadas.

Los participantes reconocieron la importancia crucial del inglés en el sector turístico para establecer una comunicación efectiva con turistas extranjeros, acceder a información relevante y recursos en línea, y mejorar su perfil profesional. Estos hallazgos subrayan la necesidad de fortalecer las competencias lingüísticas en inglés como parte integral de la formación académica de los estudiantes de la carrera Administración de Empresas en Tehuacán.

Los estudiantes expresaron que el dominio del inglés les brindaría oportunidades laborales internacionales, les permitiría acceder a roles de mayor responsabilidad y les conferiría una ventaja competitiva en el mercado laboral turístico. Estos beneficios laborales destacan la relevancia de invertir en el desarrollo de competencias en inglés para mejorar las perspectivas profesionales y la empleabilidad de los estudiantes en el sector turístico local y más allá.

Referencias bibliográficas

- Alonso Alonso, A. (2006). La competencia intercultural en la enseñanza del inglés dentro del contexto turístico. *Encuentro*, 16, 17–26. https://core.ac.uk/display/58902415?utm_source=pdf&utm_medium=baner&utm_campaign=pdf-decoration-v1
- Aviles Varas, M. G. (2019). *Conocimiento del idioma inglés y el desenvolvimiento profesional de los graduados de hotelería y turismo del año 2014 al 2018* [Tesis de Grado, Universidad Técnica de Babahoyo]. Babahoyo, Ecuador.
- Cifuentes Rojas, M. T., Beltrán Moreno, M. E., & Vasconez Mera, P. L. (2024). La importancia del uso del idioma inglés en la industria hotelera y turística. *REVISTA INVECOM “Estudios transdisciplinarios en comunicación y sociedad”*, 4(2), 1-27. <http://www.revistainvecom.org>
- Díaz-Pompa, F., Estévez-Matos, O., Santos-Assán, A.-H., & López-Báster, L. E. (2023). Health safety perception of hotel guests in the post-Covid-19 stage. *ReHuSo*, 8(1), 49-64. <https://doi.org/10.33936/rehuso.v8i1.5159>
- Díaz-Pompa, F., Rodríguez-Torres, R., Utria-Cáceres, A., & Hernández-Carreón, N. V. (2020). The training of teachers of electrical installation technology. A look through his speeches. *Journal for Educators, Teachers and Trainers*, 1(1), 229 – 244. <http://www.ugr.es/~jett/index.php>
- Friman Martínez, P. A. (2008). *La formación de la competencia léxica de idioma inglés en los dependientes de tiendas del turismo* [Tesis de maestría, Instituto Superior Pedagógico de Holguín]. Holguín.
- Montero-López, L., Díaz-Pompa, F., Serrano-Leyva, B., & Ortiz-Pérez, O. L. (2022). Perception of national clients on safety and security at the Brisas Guardalavaca Hotel in the post-covid-19 stage. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*, 18(1), 40-59. <https://doi.org/10.4067/S0718-235X2022000100040>
- Pupo-Ferrás, S., Faedo-Borges, A., & Ortigoza-Garcell, C. (2012). Tendencias curriculares del inglés con fines específicos: surgimiento y evolución para el turismo en Cuba. *Ciencias Holguín*, XVIII(2), 1-11. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=181524305007>
- Pupo Ferrás, S. (2006). La enseñanza del Inglés con fines específicos a transportistas de Turismo. *Ciencias Holguín*, XII(2), 1-9. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=181515838004>
- Rivas García, R. M., Cardoso Espinosa, E. O., & Cortés Ruiz, J. A. (2019). Propuesta de las competencias profesionales en turismo desde el enfoque del empleador. *RIDE. Revista para el Desarrollo Educativo*, 9(18). <https://doi.org/10.23913/ride.v9i18.418>

- Rodríguez Escalona, M. L. (2016). *Actitudes de los estudiantes de la licenciatura en turismo del Centro Universitario UAEM Texcoco hacia el idioma inglés* [Tesis de Grado, Universidad Autónoma del Estado de México]. Texcoco, Estado de México.
- Tigua Anzules, J. O., San Lucas Marcillo, M., & Azúa Menéndez, M. (2017). Diagnóstico del dominio del inglés en el mercado laboral turístico de Puerto López. *Rev. SINAPSIS*, 1(10). <http://www.itsup.edu.ec/myjournal>
- Yáñez García, B. M., Lorena Saltos Dueñas, C. M., & Mendoza Saltos, R. E. (2019). Inglés como lengua de contacto intercultural y su importancia en la formación del profesional en Turismo. *Revista Electrónica Formación y Calidad Educativa (REFCaE)*, 7(1), 245-258.
- Zambrano Palacios, N. S. (2019). *La mejora en el nivel del idioma inglés para optimizar la calidad en la prestación de servicios de los profesionales de turismo y hotelería en el área de recepción hotelera, 2018* [Tesis de Maestría, Escuela Profesional de Turismo y Hotelería]. Lima, Perú.

**Capítulo XV. “Noche azul, la novia del
Turquino” en la Ciudad de Holguín-
Cuba**



“NOCHE AZUL, LA NOVIA DEL TURQUINO” EN LA CIUDAD DE HOLGUÍN-CUBA

“Blue Night, the Bride of Turquino” in the city of Holguin, Cuba

Carlos Manuel López Duvergel

Director del Hotel Turquino. Holguín-Cuba

<https://orcid.org/0009-0000-9618-573X>

espturquino@expoholguin.co.cu

Leisan Armando Fong Sánchez

Centro de Capacitación del Turismo de Holguín

<https://orcid.org/0000-0001-8593-6251>

lfongsanchez@gmail.com

Olga Lidia Ortiz Pérez

Universidad de Holguín

<https://orcid.org/0000-0002-2610-0873>

olgalidiaortizperez@gmail.com

Como citar: López Duvergel, C. M., Fong Sánchez, L. A., & Ortiz Pérez, O. L. (2024). “Noche azul, la novia del Turquino” en la Ciudad de Holguín-Cuba. In *Perspectivas multidisciplinares del turismo: Desafíos y oportunidades en Cuba y México* (pp. 255-274). Ciencia Digital. <http://libros.cienciadigital.org/index.php/CienciaDigitalEditorial/catalog/book/>

Resumen

En la actualidad el turismo se encuentra favorecido por las exigencias de la demanda turística, que plantea la búsqueda de experiencias que intensifiquen el contacto con los recursos culturales y patrimoniales de un destino. Se requiere hoy que los turistas vivan experiencias únicas e irremplazables, lo cual conlleva a continuar incrementando la competitividad de los productos que se diseñan y diversificando las ofertas. No obstante, la actividad turística dirigida al mercado interno en el municipio Holguín resulta insuficiente, lo cual limita a la cultura holguinera de un mayor aporte a tal actividad. Dando respuesta a ello se desarrolla la presente investigación que tiene como objetivo diseñar el producto turístico cultural “Noche azul, la novia del Turquino” que favorezca la diversificación de la oferta turística del Hotel. Para alcanzar el objetivo propuesto se combinaron diferentes métodos y herramientas de investigación.

Palabras Clave: Producto turístico, turismo cultural, oferta turística, Hotel, Expoholguín

Abstract

Nowadays, tourism is favored by the demands of tourists seeking experiences that enhance their interaction with the cultural and heritage resources of a destination. Today, tourists are looking for unique and irreplaceable experiences,

which leads to an ongoing increase in the competitiveness of designed products and the diversification of offerings. However, tourism activities targeting the domestic market in Holguín municipality are insufficient, limiting the contribution of Holguín's culture to this sector. In response to this, the present research aimed to design the cultural tourism product "Noche Azul, la novia del Turquino" to promote the diversification of the hotel's tourism offerings. To achieve this goal, various research methods and tools were combined.

Keywords: tourism product, cultural tourism, tourism offerings, hotel, Expoholguín

Introducción

En el proceso de Planeación Estratégica de una organización, resulta importante la evaluación de nuevos productos o negocios para determinar cuál será su futuro en la difícil tarea de satisfacer al cliente. (Vázquez-Casielles et al., 2009) En las condiciones actuales se requieren herramientas de análisis que aseguren una buena fundamentación para la decisión comercial por parte de la directiva de las empresas a la hora de llevar a cabo la creación de dichos productos.

El entorno actual se torna cada vez más cambiante después de la pandemia de COVID-19, donde el turismo experimenta cambios significativos. Surgen nuevas tendencias la industria turística que incluyen: mayor interés en viajes cercanos y regionales en lugar de viajes internacionales de larga distancia; mayor demanda de experiencias al aire libre y alojamientos en la naturaleza; mayor énfasis en la seguridad sanitaria en los sitios turísticos y en los medios de transporte; mayor interés en los viajes culturales y educativos, ya que las personas buscan aprender y conectarse con otras culturas mientras viajan; mayor adopción de tecnologías digitales para mejorar la planificación y la experiencia del viajero, como la reserva en línea, el uso de aplicaciones móviles y la realidad virtual.

Ante estos desafíos para los destinos turísticos, se requiere elevar los niveles de competitividad alcanzados, por lo cual, se hace necesario el desarrollo de productos turísticos novedosos, auténticos y sostenibles en el amplio espacio de la oferta y la demanda, retomando las ideas de Porter, (1990) y (Hong, 2008) "La ventaja competitiva de una empresa y de un destino turístico depende de la creación de valor de sus productos en relación con los de las empresas o destinos rivales".

El concepto de competitividad ha evolucionado desde el enfoque tradicional, asociado a la consecución de unos buenos resultados comerciales, como consecuencia de una buena dotación de recursos-ventaja comparativa-, hacia un enfoque fundamentado en la ventaja competitiva, asociado a la capacidad de añadir valor a esos recursos a lo largo del tiempo. Hassan, (2000) define la competitividad como la capacidad del destino para crear e integrar productos con valor añadido que proteja sus recursos y, al mismo tiempo, mantener su posición competitiva entre destinos competidores.

Para profundizar en la temática se procedió a realizar un estudio bibliométrico donde se utilizaron como palabras claves “Heritage tourism” AND “City tourism”, lo que evidenció la existencia de un total de 158 publicaciones en el período 1998-2022. Si bien no se evidencia una amplia producción científica respecto al tema, el año de mayor productividad fue el 2019. El ligero decrecimiento entre el 2020-2022 ha estado motivado fundamentalmente por la influencia de la COVID-19 en la industria turística con la disminución de los viajes y el aumento de investigaciones dirigidas a la pandemia y sus consecuencias en todas las esferas de la sociedad.

La profundización en la teoría permitió corroborar la utilidad de la innovación de productos turísticos por su importancia para la generación de ventajas competitivas (Nigel, 2016) ya que facilita el diseño de productos novedosos o la mejora de los ya existentes y contribuye al desarrollo de productos diferenciados, desde los totalmente estándares hasta aquellos con diseños específicos para la especialización y diversificación de la oferta (Martínez-López & Vargas-Sánchez, 2013). Aspectos estos que justifican la necesidad y actualidad de la investigación.

La mayoría de los autores cuyos aportes se compilan en (Delgado Cruz et al., 2016; Tristán Moncada et al., 2009; Yumisaca Tuquinga et al., 2019) sitúan a la generación de ideas como el primer paso del desarrollo de productos; sin embargo, se aboga por un mayor conocimiento de los elementos que constituyen fuentes de ideas, antes de la generación de estas, para obtener opiniones más pertinentes y viables de realizar según las capacidades de la empresa y su entorno.

En Cuba, se han realizado investigaciones que sirven de sustento teórico necesario para enseñar a dirigir el proceso de mejora o diseño de productos turísticos. (Funcia Morán et al., 2009) plantean que, a pesar de la existencia de los trabajos antes referidos, aún existen insuficiencias desde el punto de vista metodológico para una correcta gestión del proceso de mejora, diseño de productos turísticos y su comercialización. En el destino Holguín se han destacado los estudios referidos al tema, entre los más actuales revisados se encuentran el de (González, 2017); (Pérez, 2020) y (Clavijo, 2022).

A pesar de los logros alcanzados en el diseño y rediseño de nuevos y mejorados productos turísticos en Holguín, aún persisten insuficiencias, carencias y necesidades no cubiertas. Al abordar la temática objeto de estudio en El Hotel Turquino perteneciente a la empresa ExpoHolguín, se pudo constatar que existe poca diferenciación y diversificación de los productos culturales ante el nivel de repitencia y la proyección de acceder a nuevos mercados, siendo necesario ampliar la oferta y añadir valor con atractivos autóctonos del territorio aprovechando todas las potencialidades de los recursos turísticos existentes.

Productos turísticos culturales y los hoteles de ciudad

Al profundizar en la literatura nacional e internacional sobre el término de producto turístico, se pudo observar que existe un consenso entre los

investigadores, que manifiestan que es un conjunto de elementos, tangibles e intangibles, que se ofrecen al mercado turístico para satisfacer las necesidades y deseos de los turistas. Estos elementos pueden incluir alojamiento, transporte, gastronomía, actividades y servicios turísticos, entre otros.

El estudio de los productos resulta importante en la industria turística porque permite entender las necesidades y deseos de los turistas y diseñar productos que satisfagan sus demandas. Además, estudiar los productos turísticos permite a las empresas conocer las tendencias del mercado y adaptarse a ellas, así como identificar oportunidades de crecimiento y desarrollo.

De acuerdo a los intereses de la investigación se asume entonces que producto turístico: “es la oferta de bienes y servicios mediante un conjunto de componentes que lo integran como son: atractivos, actividades, servicios y equipamientos. Propiciado por la existencia de infraestructuras y servicios generales, así como de organización y gestión del turismo, para el logro del objetivo de satisfacer las necesidades, intereses y deseos del cliente (turista), debiendo lograr que su oferta, motive su compra y logre sostenibilidad”. (Funcia Morán et al., 2009). También se reconocen como productos turísticos una compañía, un destino turístico, una instalación (hotel, parque, restaurante), y hasta un sendero. (Salinas Chávez & Medina Pérez, 2009)

Teniendo en cuenta lo abordado anteriormente resulta necesario profundizar en las tendencias de los productos turísticos culturales porque permite a las empresas turísticas adaptarse a las demandas y necesidades cambiantes de los turistas, y mantener su competitividad en el mercado. Al conocer las tendencias, las empresas turísticas pueden diseñar productos turísticos culturales que sean atractivos y relevantes para los turistas, y ofrecerles experiencias enriquecedoras y memorables.

Permite, además, diseñar estrategias de marketing y promocionar sus productos de manera más efectiva, lo que puede atraer a más turistas y aumentar sus ingresos. A continuación, se presentarán algunas tendencias actuales en los productos turísticos culturales:

- Experiencias auténticas y personalizadas: Los turistas buscan experiencias auténticas y enriquecedoras que les permitan sumergirse en la cultura local y conocerla de manera más profunda. Los productos turísticos culturales pueden ser diseñados para ofrecer experiencias personalizadas y adaptadas a las necesidades y deseos de los turistas.
- Sostenibilidad: La sostenibilidad es una tendencia creciente en el turismo, y los productos turísticos culturales pueden ser diseñados para ser más respetuosos con el medio ambiente y las comunidades locales. Esto puede incluir visitas a destinos menos turísticos y más sostenibles, o fomentar el uso de transporte público y la reducción del uso de plástico.
- Turismo inclusivo: Cada vez hay una mayor conciencia sobre la importancia de la inclusión en el turismo, y se espera que en el futuro se desarrollen más productos turísticos culturales accesibles y adaptados a personas con discapacidad o necesidades especiales.

-
- Tecnología: La tecnología está transformando el sector turístico, y se espera que en el futuro se siga utilizando para mejorar la experiencia del turista en los productos turísticos culturales, por ejemplo, a través de la realidad virtual o aumentada.
 - Turismo de proximidad: La pandemia ha llevado a un aumento en la demanda de turismo de proximidad, y se espera que esta tendencia continúe en el futuro. Esto puede ser beneficioso para los productos turísticos culturales en destinos regionales o locales.
 - Turismo gastronómico: La gastronomía es un elemento importante de la cultura local, y los productos turísticos culturales pueden incluir experiencias gastronómicas que permitan a los turistas conocer la cultura local a través de su comida.

Las tendencias actuales en los productos turísticos culturales incluyen la búsqueda de experiencias auténticas y personalizadas, la sostenibilidad, la inclusión, la tecnología, el turismo de proximidad y el turismo gastronómico. Es importante tener en cuenta las mismas al diseñar y promocionar productos turísticos culturales para satisfacer las necesidades y deseos de los turistas y mantener la competitividad en el mercado.

Las modalidades de productos de alojamiento y a las tendencias actuales en este sentido que también son identificadas por los especialistas simplemente como tipos de productos hoteleros. El tipo de establecimiento más representativo de todos es el hotel. Es a partir de variantes de éste, que se diseñan el resto de las modalidades.

En función de todo ello, podemos encontrar, en el caso del hotel, las siguientes modalidades: Hotel de ciudad, Hotel de playa o resorts, Hotel de Naturaleza, Hotel de tránsito, Hotel de Salud, Hotel Boutique. Cada una de estas modalidades, presenta características que la diferencian del resto y que la identifican dentro del mercado. Dada su ubicación, generalmente, en localidades turísticas alejadas de la ciudad, su tendencia es a sistematizar los servicios de alimentos y bebidas. No ocurre así con los hoteles de ciudad. Estos, por su ubicación, pueden valorar la opción de contar o no con estos servicios. Sin embargo, no les debe faltar dentro de sus servicios colaterales, boutiques y tiendas de souvenirs.

Caracterizar un producto turístico cultural en un hotel de ciudad, es importante considerar la ubicación, el diseño y la decoración, las experiencias culturales, la gastronomía, y los servicios y comodidades que reflejen y celebren la cultura local. Al ofrecer un producto turístico cultural auténtico y enriquecedor, el hotel puede distinguirse en el mercado y atraer a turistas que buscan experiencias culturales únicas e inolvidables.

Metodología

Los resultados de las investigaciones son el diseño de productos turísticos culturales, servicios hoteleros con base en el turismo cultural y rutas temáticas (González Saínz, 2017; Pérez Anzardo, 2020; Clavijo Azacharez, 2022). Al realizar un análisis de las tecnologías existentes se arriba a las siguientes consideraciones, se puede inferir que las investigaciones en turismo de forma general y en particular las orientadas al análisis del turismo cultural resultan amplias, diversas, pertinentes y que son objeto de visiones diferentes y complementarias de diversas áreas del conocimiento científico.

De igual modo se puso de manifiesto que estas investigaciones son más abundantes en países que muestran un alto grado de desarrollo económico y social, razón por la cual a su vez resultan destinos turísticos que, en su ejecución operativa como resultado de dicho desarrollo, propician o motivan la realización de tales investigaciones. Atendiendo a ello, se decide emplear para la propuesta de Clavijo Azacharez, (2022); proponiéndose la incorporación al mismo de elementos referidos a los hoteles de ciudad y el desarrollo de alianzas locales.

Teniendo en cuenta el análisis comparativo de las tecnologías consultadas para el desarrollo de la investigación y considerando la experiencia práctica en el diseño de productos turísticos culturales en estudios precedentes desarrollados en el destino Holguín, los autores proponen el procedimiento que se muestra en la figura 1, cuyo objetivo general es facilitar a gestores de los establecimientos de alojamiento hotelero conocer y desarrollar el producto turístico, gestionándolo entre sus actores y conduciéndolos a lograr objetivos comunes, el mismo comprende 6 etapas y 21 pasos estructuradas en forma de sistema.

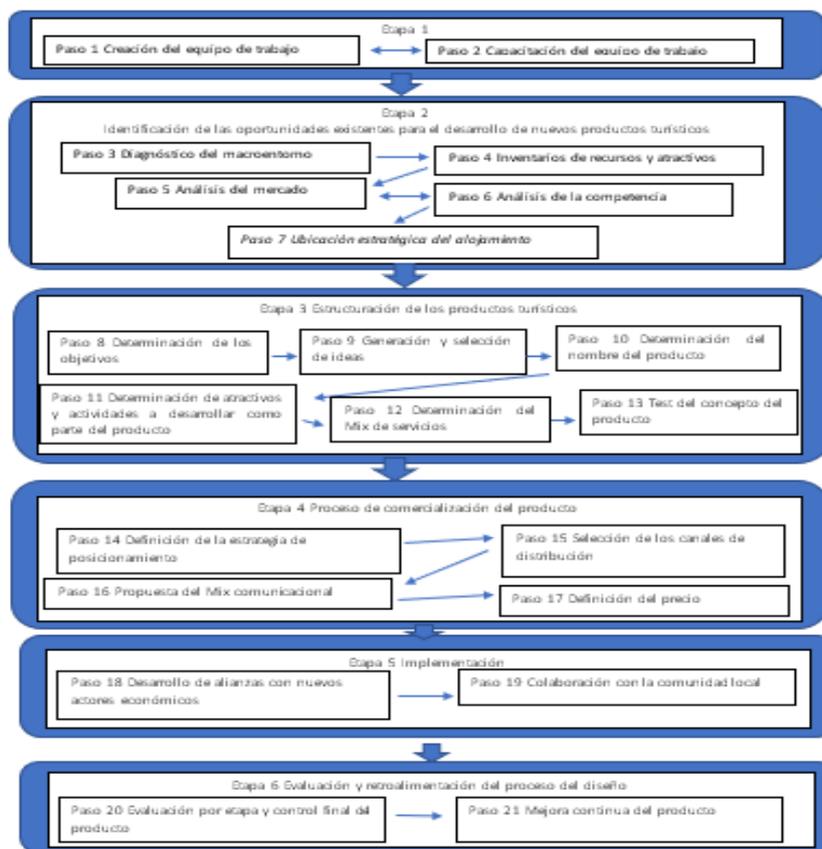


Figura 1. Procedimiento para el diseño de producto turístico cultural en alojamientos hoteleros

Resultados

Etapa 1. Preparación inicial

Dada la importancia que reviste el diseño del producto turístico cultural “Noche azul, la novia del Turquino”, en el municipio Holguín, que permita diversificar la oferta turística del mismo, aprovechando recursos culturales existentes en la localidad, de alta significación para los clientes que la visiten; fueron creadas todas las condiciones organizativas para el correcto diseño del mismo.

Paso 1 Creación del equipo de trabajo

El equipo de trabajo está integrado por 7 especialistas (directivos, trabajadores con experiencia en la actividad de la empresa Expoholguín, profesores de la universidad y la cultura en el territorio), capaces de utilizar sus conocimientos y experiencias en aras de conformar un producto sostenible y rentable económicamente, que satisfaga las necesidades del cliente.

Paso 2 Capacitación del equipo de diseño

El proceso de la capacitación estuvo dirigido básicamente a la actualización profesional de los especialistas que integran el grupo, pues los años de experiencia que poseen en la actividad turística o cultural, les permiten estar a tono con el desarrollo del entorno objeto de la investigación. Se utilizaron

técnicas como tormenta de ideas y análisis de grupo que facilitaron en las sesiones de trabajo el intercambio de experiencias acerca de las últimas tendencias en el diseño de productos turísticos culturales, específicamente en el área de la actividad histórica y cultural.

Etapa 2. Determinación de las oportunidades existentes para el desarrollo del nuevo producto turístico cultural “Noche azul, la novia del Turquino”

Para el diseño del producto turístico, se tomaron en cuenta un grupo de factores tales como: la existencia de un mercado atractivo al cual estará dirigida la oferta, el posicionamiento que va a ocupar dicho producto frente a la competencia, sin olvidar la situación existente en el entorno externo e interno. Por lo antes expuesto, la presente etapa tiene como objetivo la realización de un diagnóstico que incluya el análisis de la situación actual del mercado turístico y de la actividad turística cultural en Holguín, para así determinar si existen oportunidades para que el producto turístico que se diseña sea pertinente, competitivo y sostenible.

Paso 3 Diagnóstico del macroentorno

Este paso se centra en aquellos factores del entorno tanto del ámbito nacional como internacional que pueden repercutir de forma positiva o negativa en la futura explotación del producto que se diseña.

A nivel internacional destacan: A partir de 2020 los procesos de confinamiento, así como el cierre de fronteras y aeropuertos originaron la caída abrupta del número de turistas que visitaban el país, momento en que se hizo perceptible el impacto económico en medio de la propia crisis sanitaria y dejó sin efecto todo lo que se había logrado en años anteriores. El turismo es sin dudas, uno de los sectores que ha sido más castigado por la pandemia de Covid 19, aunque ya da muestras de una fuerte y constante recuperación tras el impacto de la misma, a pesar de los importantes y crecientes retos económicos y geopolíticos que aún enfrenta.

Otro aspecto de análisis lo constituye el envejecimiento poblacional que trae potenciales implicaciones sobre la desestacionalización de los flujos turísticos; los avances tecnológicos cada vez son mayores, por lo tanto, hay que ofrecerle el mejor servicio al cliente y, sobre todo, un servicio que sea práctico y cómodo. Hay que contar con establecimientos y servicios en los que la tecnología esté bien desarrollada, lo cual ofrece un valor añadido para los viajeros.

En el ámbito nacional distinguen: La Conceptualización del Modelo Económico y Social Cubano de Desarrollo Socialista hasta el 2030 PCC, (2016), está fundamentado en ejes y sectores estratégicos, uno de ellos el turismo y está concebido para asegurar el enfoque integral y sistémico en el proceso de elaboración de la estrategia de desarrollo del país, la cual tiene implícita la necesidad de diseñar un enfoque de desarrollo capaz de enfrentar y solucionar, de forma integral, las principales dificultades que presenta la sociedad cubana en los ámbitos político, ideológico, ético, moral, jurídico, institucional, social, económico, demográfico, cultural, tecnológico y ambiental.

El surgimiento de nuevos actores económicos en el país, las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes) y las cooperativas no agropecuarias, forman parte del amplio proceso de transformaciones en marcha que persigue un mayor desarrollo de la nación para los próximos años.

Paso 4. Inventario de los recursos y atractivos

El destino Holguín cuenta con un potencial histórico-cultural importante que la convierte en objetivo de visita por clientes que acuden desde diferentes partes del mundo además de los nacionales. Los atractivos inventariados, están agrupados en tres categorías que reflejan los valores tradicionales y del patrimonio tangible e intangible de la ciudad (Clavijo Azacharez, 2022): Arquitectura y urbanismo, Personalidades y agrupaciones destacadas de la vida cultural, Tradiciones locales

Para la presente investigación solo se analizarán los relacionados con la Arquitectura y urbanismo y Personalidades y agrupaciones destacadas de la vida cultural

Arquitectura y urbanismo lo constituye el Sistema de Plazas. La Ciudad Holguín es conocida como la Ciudad de los Parques de Cuba, debido al Sistema de Plazas que posee, conjunto histórico declarado Zona de Protección de la República de Cuba, dentro de los sitios históricos urbanos. Los parques, están entre los diversos encantos de la ciudad Holguín, no son tan solo lugares de paseo, son importantes para los intercambios orales, sobre todo, en su conjunto de espacios y actividades, representan una cultura para sus pobladores, un orgullo para sus habitantes.

El Cerro del Bayado del siglo XVIII que a partir de 1790 se denomina Cerro o Loma de la Cruz (figura 2), es una elevación de 261 metros sobre el nivel del mar a la cual se puede acceder a través de su escalinata de 458 peldaños, dada las potencialidades e historia que posee, se considera un símbolo de la ciudad.



Figura 2. *Loma de la Cruz*

Sistema de Plazas de la Ciudad

Holguín es conocida como la Ciudad de los Parques de Cuba (Ver Fig 3), debido al Sistema de Plazas que posee, conjunto histórico declarado Zona de Protección de la República de Cuba, dentro de los sitios históricos urbanos. Los parques, están entre los diversos encantos de la ciudad Holguín, no son tan solo lugares de paseo, son importantes para los intercambios orales y, sobre todo, en su conjunto de espacios y actividades, representan una cultura para sus pobladores, un orgullo para sus habitantes.

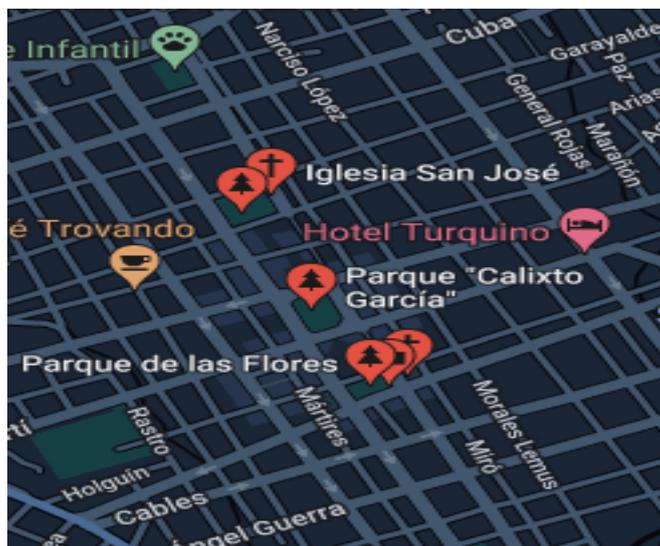


Figura 3. Parques y Plazas de Holguín

Centros culturales

Constituyen centros culturales reconocidos de la Ciudad de Los Parques: La Casa de la Trova El Guayabero, la Caverna de Los Beatles, la Casa de Iberoamérica, el Café Las Tres Lucías, el Salón 1720, la Sala de Juegos La Bolera, el Centro Provincial de Arte, la Galería Holguín, el Taller de Grabado, el Mural Orígenes, el Teatro Comandante Eddy Suñol y la Casa Sede de la UNEAC.; entre otros.

Café Las Tres Lucías: Constituye una importante propuesta para que los cinéfilos puedan intercambiar sobre películas, un espacio para la tertulia, donde el aroma del café y las más conocidas bandas sonoras le harán evocar los filmes de su preferencia. El sugestivo nombre de Las Tres Lucías (Figura 4), dado a esta sala de paredes negras donde un gran espejo semeja una pantalla de cine y donde algunos equipos como cámaras y otros medios del séptimo arte sirven de decoración, es sin dudas, un homenaje a tres grandes del cine nacional, las legendarias actrices del filme Lucía: Raquel Revuelta, Eslinda Núñez y Adela Legrá, cuyos bellos rostros ocupan el preferente espacio de una pared en fotos directas del filme presentadas en acrílico.



Figura 4. *Café Las Tres Lucias*

Centro Provincial de Arte: Antigua Sala Moncada, es la principal sala de exposiciones de la ciudad. En ella se realizan los Salones y Premios de la Ciudad y han exhibido sus obras artistas nacionales y extranjeros. Consta de cuatro salas de exposiciones ubicadas en la planta baja del edificio y una en el segundo piso. Se venden reproducciones y revistas de artes plásticas en el vestíbulo. El Centro Provincial de Arte se integra en la realización de los eventos internacionales que se desarrollan en la ciudad.

Mural Orígenes: Fue inaugurado en ocasión del Día del Historiador y por los 460 años del Hato de San Isidoro de Holguín. (Figura 5) Es un conjunto escultórico que rescata la identidad, cultura y tradiciones de lucha de la nación cubana. El majestuoso mural tiene 15 metros de largo por cinco de ancho, la monumental obra a bajo y alto relieve en cemento, aborda la historia de esta urbe del oriente de Cuba, desde el más remoto hecho fundacional hasta los momentos actuales. Consta de 42 figuras, entre las que resalta la escultura de García Holguín, fundador del Hato sobre el que se asentó la ciudad.



Figura 5. *Mural Orígenes*

Personalidades y agrupaciones destacadas de la vida cultural

Eliecer Travieso: Uno de los más importantes músicos holguineros. Pertenece a la AHS, a la agrupación de conciertos y a la UNEAC. Su participación en festivales nacionales y en giras por México, Arabia Saudita, Hungría amplían su curriculum, además fue jurado del Concurso Nacional de Guitarra de La Habana, en el 2002. Posee un disco con la Orquesta de Guitarras de Holguín.

Codanza: La agrupación surge en Holguín, en 1992. En la actualidad está considerada por la crítica especializada como una de las mejores compañías escénicas en el país, con la particularidad de mantener el nivel cualitativo desde una de las provincias más alejadas de la capital cubana.

La Compañía Folklórica "La Campana": Está compuesta por tres agrupaciones: El Grupo Aborigen, o Los Indios; El Grupo campesino y, El Grupo Afrocubano. La Compañía Folklórica "La Campana" persigue el desarrollo de las raíces de la cultura, y el arte de la localidad y del resto del país. Tiene carácter de espectáculo artístico.

El Ballet de Cámara de Holguín: Su debut fue en abril del 2001. Hoy su repertorio cuenta con más de 40 obras y utiliza una línea de trabajo abierta a todas las corrientes y estilos de los que pueda nutrirse. Su repertorio constituye un tránsito por lo clásico, neoclásico, romántico, neorromántico hasta llegar a lo contemporáneo y lo popular. En sus ejecuciones cobran mucha importancia los solos, dúos, tríos y los cuartetos.

Paso 5. Análisis de los mercados (nacionales y extranjeros)

El pasado 2022 el destino Holguín cerró con 419 mil 692 turistas físicos, entre los que se incluye Campismo Popular, en tanto que Canadá se reafirma como primer país emisor de vacacionistas, seguido de Alemania. El mercado que visita el Hotel Turquino es el mercado nacional que son fundamentalmente personas entre los 25 y 64 años de edad, aunque el rango de 35-60 años es el más representativo. En cuanto a la compañía, destacan la visita en familia y en pareja, siendo estos los grupos más significativos. Utilizan como fuentes de información a la propia empresa ExpoHolguín con sus fuentes de información (Facebook, Telegram, Instagram) y a otras personas. Para estos, el precio es un factor determinante en la decisión de compra, la mayoría se refiere a la calidad del servicio y de las instalaciones que visitan. Entre sus gustos y preferencias refieren, realizar actividades tales como: degustación de comidas y bebidas tradicionales, entre otras.

Paso 6. Análisis de la competencia

Se identificaron dos niveles de competencia: un primer nivel donde los principales competidores lo constituyen los productos de la propia empresa ExpoHolguín, y un segundo nivel con otros competidores como: Hotel Santiago y Hotel Majestic, pertenecientes, estos últimos, a la Empresa de Alojamiento y Gastronomía (EPAG).

Paso 7. Ubicación estratégica del alojamiento

Luego de realizar el diagnóstico externo, se analizó la situación interna de la organización donde se gestionará el nuevo producto, Hotel Turquino empresa ExpoHolguín, con el objetivo de determinar los factores claves que inciden en el desarrollo exitoso del nuevo producto y pueden ser manejados por la misma.

Su objeto social, se detalla algunas a continuación:

- Brindar servicios de diseño; así como de organización profesional, realización y montaje de ferias y exposiciones.
- Prestar servicio de alojamiento, recreativos y gastronómicos
- Brindar servicios de recreación en plazas polivalentes y otras áreas diseñadas al efecto.

Etapa 3: Estructuración del producto turístico

En la presente etapa se definen los objetivos y el nombre del producto turístico cultural, el concepto del mismo, el mix de servicios que incluye, los cuales deben estar relacionados con las demandas del mercado meta hacia el cual está orientado; así como, los atractivos y actividades a realizar para lograr los beneficios que se esperan obtener.

Paso 8. Determinar los objetivos del producto

Se declaran como objetivos del producto los siguientes:

- Ofertar un turismo con una concepción interactiva y genuina, que combine actividades recreativas con las tradiciones culturales locales.
- Mostrar a los visitantes nacionales y foráneos la rica diversidad histórico-cultural y patrimonial de la localidad.
- Rescatar tradiciones y potenciar la identidad local mediante la explotación del patrimonio histórico-cultural

Paso 9. Generación y selección de ideas acerca del nuevo producto

Para la generación de ideas acerca del nuevo producto, el equipo de trabajo empleó varias técnicas como la tormenta de ideas, los mapas mentales, el pensamiento proyectado, entre otras. Una vez concluido el proceso de generación se realizó el cribado de estas, que permitió la eliminación de las que eran inviables o pobres y permitió la definición del nombre y el concepto del producto siguiente: Creamos un destino turístico incomparable donde se fusiona la distinción, la cultura y la arquitectura, donde tendrá la oportunidad de sumergirse en la autenticidad y vivir momentos verdaderamente significativos, explorando la fascinante historia, cultura y adentrarse en las costumbres locales de Holguín. Como nuestro cliente hemos creado ofertas y paquetes personalizados para satisfacer sus necesidades y preferencias. Desde actividades emocionantes hasta alojamientos de calidad y servicios adicionales, queremos que cada visita sea única y memorable para usted. “La Noche Azul, novia del Turquino” los espera, ofreciéndole un viaje inolvidable lleno de

autenticidad y conexiones emocionales. Ven y experimenta todo lo que Holguín tiene para ofrecer en una aventura que dejará una marca en tu corazón.

Paso 10. Nombre del producto

Para definir el nombre del producto se tuvo en cuenta que el mismo sea atractivo desde el punto de vista comercial, que resulte novedoso y cree expectativas en los clientes que lo van a adquirir. Por tanto, se propone como nombre del producto turístico cultural “Noche azul, novia del Turquino”

Paso 11. Atractivos y actividades a desarrollar como parte del producto

Durante el reconocimiento del lugar fueron identificados los recursos y atractivos existentes, se tuvieron en cuenta, además del concepto del producto, cualidades como accesibilidad, autenticidad, y posibilidad de realizar diversas y atractivas actividades, las cuales se describen a continuación

- Revitalizar tradiciones culturales del Hotel Turquino, al realizar la escenificación de tres de sus eventos más importantes de la década del 70. Ellos fueron: la presentación del artista Holguinero Wilfredo Mendia (1971), Presentación de los artistas Juana Bacallao, Faustino Oramas “Guayabero” (1972) y en el año (1973) se presentaron los artistas de Los armónicos de Pire Zaldívar, interpretaron bellas melodías los solistas Clara Montesinos, Manuel Alarcón, Carlos Cobas.
- Ubicar en el mirador un binocular para facilitar la observación de la ciudad
- Organizar una feria artesanal donde se expongan a la venta los productos fruto de las técnicas tradicionales de la localidad presentadas por aquellos que las desarrollan, además de la participación del sector de trabajadores no estatales
- Ambientar el local La terraza del Hotel Turquino de color azul (claro o celeste) el cual se percibe como un símbolo de serenidad, protección, calma, paz y confianza. Representa la amistad y la simpatía. Azul marino: se relaciona con el compromiso, la elegancia y el poder económico. Azul oscuro: se asocia con la verdad, la estabilidad y la seriedad. Elementos que representarán el producto
- Presentación de los artistas locales quienes cautivarán con su voz espectáculo
- Ubicar una pantalla grande donde se proyectarán videos musicales

Teniendo en cuenta el concepto de producto y las actividades que se propone desarrollar como parte del mismo, se presenta a continuación el programa concebido:

- 4:00 pm: Recogida de los visitantes en el parqueo del Hotel Turquino, abordarán los mototaxis o coches y se realizará un pequeño recorrido por la ciudad, donde se presentará el sistema de plazas y atractivos culturales seleccionados.
- 5:30 pm: Entrada de los clientes a la recepción del Hotel Turquino, donde se le dará oficial bienvenida y brindará el coctel “Mojito Blue” (figura 6) en

ese momento se escuchará la música de la década del 70 como tradición cultural del Hotel Turquino en esa etapa.

- 6:30 pm Se invita a subir a las alturas del Hotel, en la entrada de la terraza se encontrará ubicada la feria artesanal donde estará a la venta los productos (fruto de las técnicas tradicionales de la localidad / souvenirs para los clientes)
- 7:00 pm Comida típica cubana que incluye platos identitarios de la comida regional holguinera y la refrescante cerveza cristal, amenizado con música tradicional en vivo, en estos momentos se presentarán los artistas locales haciendo gala de su bellas voces y excelente proyección escénica, ofreciendo un espectáculo ameno e inolvidable.
- 9:00 pm En la pantalla grande se proyectarán videos musicales donde los clientes serán invitados a participar en momentos de Karaoke.



Ingredientes

2 oz (60 ml) Ron Blanco
1/2 oz (15 ml) Curaçao Azul
1 oz (30 ml) jugo de limón
1 oz (30 ml) jarabe de azúcar
8 hojas de hierbabuena o menta
Soda lima-limón

Preparación

En un vaso alto se añade las hojas de hierbabuena o menta, echamos el jugo de lima y jarabe de azúcar, con una cuchara aplastamos un poco, echamos hielo picado, añadimos el curaçao azul y el ron blanco, mezclamos un poco, rellenamos con más hielo picado, cubrimos con un poco de soda de lima-limón (tipo 7up o Sprite), mezclamos un poco. Decoramos con hierbabuena o menta y limón.

Figura 6. Coctel de bienvenida a los clientes “Mojito Blue”

Paso 12. Determinación del Mix de servicios

De acuerdo a la idea de producto desarrollada anteriormente el servicio principal del producto “Noche azul, novia del Turquino” es el disfrute de una oferta de ocio diferente, dirigida principalmente para el mercado interno que incorpora experiencias auténticas e inolvidables, donde se evidencia una armonía entre historia y la cultura propia de la localidad holguinera y la participación en actividades recreativas vinculadas al patrimonio y a las tradiciones que forman parte de la identidad.

Como todo producto turístico, contará además con una serie de servicios secundarios, que son parte de éste, pero que a diferencia del servicio principal no guardan relación directa con la satisfacción de las necesidades y deseos del público objetivo. Los mismos son:

- Información: la principal fuente será las redes sociales de Expo-Holguín y las propias del Hotel Turquino.

#Expoholguin #tunocheazul #veranoconamor #HotelTurquino

-
- Señalización: Se deben señalar todas las áreas para que los clientes se mantengan ubicados visualmente.
 - Restauración: Para los servicios de alimentación se dispone del restaurante “La Terraza del Hotel Turquino”; en el mismo no faltarán los platos de la cocina criolla cubana, declarada Patrimonio Cultural de la Nación y en particular, los de la comida regional holguinera.

Es válido señalar la existencia de otros servicios generales que son comunes para cualquier tipo de producto turístico como: los servicios médicos y seguridad. Además, como parte de la oferta, se venderán souvenirs que identifican la opcional, artículos de artesanía, entre otros. A personalidades importantes o clientes VIP dichos souvenirs se les obsequiarán.

Paso 13. Test de concepto del producto

A través de un test de concepto, el producto se sometió a juicio de la especialista comercial de la empresa ExpoHolguín y especialistas de las instituciones culturales relacionadas con el producto. El resultado del procesamiento estadístico de los datos aportados por los especialistas en relación con la utilidad del referido concepto de producto turístico cultural propuesto fue de Extremadamente Útil pues los mismos consideran que la propuesta del producto cubre los intereses y preferencias de los mercados seleccionados. La comercial de la empresa ExpoHolguín plantea que lo recomendarían a los clientes. Todos los especialistas de cultura consultados, consideraron pertinente y muy completo el producto diseñado.

Etapas 4: Proceso de comercialización del producto

En la presente etapa se analiza la combinación adecuada de instrumentos y técnicas existentes para la comunicación comercial, propiciando una imagen favorable que despierte interés por el mismo.

Paso 14. Definición de la estrategia de posicionamiento

Para lograr el posicionamiento del producto “Noche azul, novia del Turquino” se debe partir de la singularidad y el valor diferencial de los recursos y atractivos con que cuenta (tradición en actividades culturales) y de las actividades recreativas que se desarrollan (con la oferta de servicios complementarios de restauración), lo que permite generar una oferta recreativa-cultural auténtica y satisfacer las demandas del público objetivo identificado.

Además, resulta necesario diseñar una imagen de marca (figura 7) atractiva y coherente que refleje la esencia del producto turístico cultural, en aras de diferenciarlo de los productos de la competencia.



Figura 7. Imagen de marca “Noche azul, novia del Turquino”

Paso 15. Selección de los canales de distribución

La distribución debe ser la mayor parte de forma directa, de acuerdo con el mercado interno que visita y vive en la ciudad, así como a los turistas que se hospedan en las casas de renta y hoteles cercanos. No obstante, debe trabajarse con las agencias de ventas de la empresa de alojamiento y recreación del país para que el mercado nacional residente en otras provincias pueda tener acceso al producto.

Paso 16. Propuesta del mix comunicacional

Para el desarrollo del paso se establecieron como objetivos los siguientes:

- Crear conocimiento sobre la oferta recreativa variada y diferenciada de la Ciudad de Holguín, específicamente para el mercado nacional.
- Mantener al mercado informado sobre las particularidades del producto.
- Crear la lealtad de los consumidores (repitencia), recordándoles la existencia del producto y las características que lo diferencian.

Se proponen como acciones:

- Publicidad a través de la confección de anuncios de prensa que reflejen las principales actividades a desarrollar como parte del producto (Periódico Ahora y Telecristal)
- Diseñar una página para la comunicación del producto que incluya imágenes, ofertas, beneficios, y posibilidades que ofrece. Siempre se debe hacer énfasis en la distinción y exclusividad del producto.
- Insertar noticias en las redes sociales (en perfil Institucional de Facebook Holguín Travel y en el del Hotel)
- Producir y entregar a clientes repitentes especialidades publicitarias (souvenirs, pullovers, gorras, con imágenes del producto)

Paso 17. Definición del precio

La fijación del precio del producto se determinó basándose en la competencia, el mercado y la demanda. Se propone emplear precios promocionales para introducir el producto en el mercado. Considerando que el producto incluye diversos servicios recreativos y gastronómicos, teniendo en cuenta los precios establecidos por la empresa ExpoHolguín, los especialistas estimaron precios diferenciados de acuerdo al mercado al que se dirige el producto y recomiendan un precio de \$645.00 CUP por Pax.

Etapa 5: Implementación

Para la puesta en valor del producto se elaboró el plan de acciones que contiene cada una de las actividades a desarrollar, los responsables de realizarlas y la fecha de su cumplimiento.

Paso 17. Desarrollo de alianzas con los nuevos actores económicos

El desarrollo de alianzas con nuevos actores económicos puede abrir nuevas oportunidades para el posicionamiento del producto turístico cultural “Noche azul, novia del Turquino”. Por tanto, resulta necesario:

- Realiza una investigación exhaustiva sobre los diferentes actores económicos que podrían tener intereses o sinergias con el producto.
- Identifica las oportunidades específicas que pueden surgir de estas alianzas.
- Establecer acuerdos, mostrados mediante un contrato por escrito que especifique los términos de la colaboración. Esto incluye aspectos como la duración de la alianza, responsabilidades y beneficios para ambas partes.

Una vez analizadas estas pautas se propone:

Triciclos motorizados o mototaxis: operan en la capital provincial (figura 8) con asequibles tarifas desde mediados del 2017, bajo la modalidad de arrendamiento, dirigida, controlada y organizada por la Agencia de TaxisCuba en el territorio.



Figura 8. *Triciclos motorizados o mototaxi*

Coches: operan en la provincia de Holguín bajo la modalidad de Trabajo por cuenta propia (figura 9), destacan por lo económicos que son, normalmente recorren trayectos entre estaciones de trenes o centro de ciudad.



Figura 9. *Coches*

Proyecto: Compañía Fantasía de la ciudad de Holguín Cuba (figura 10). Modas, Creación; llenamos la vida de colores. Su trascendencia radica en la búsqueda necesaria entre la moda y elementos esenciales de la identidad nacional, al promover el gusto por el buen vestir en personas de diferentes grupos etarios.



Figura 10. *Compañía Fantasía*

Paso 19 Colaboración con la comunidad local

En este paso se precisan las colaboraciones con los actores locales, como artistas, artesanos, boleristas que se presentarán en el escenario, los cuales tendrán el compromiso de apoyar la cultura local, generando así un impacto.

La **Etapa 6: Evaluación y retroalimentación del proceso de diseño y desarrollo del producto** se desarrollará en el primer trimestre del año 2025, donde se podrán valorar los impactos económicos, ambientales y sociales del producto del año 2024.

Conclusiones

El turismo cultural gana popularidad en los últimos años, ya que los viajeros buscan experiencias auténticas y enriquecedoras que les permitan sumergirse en la historia, tradiciones y formas de vida de una localidad. Por lo que el diseño de productos turísticos culturales debe responder a las exigencias actuales de la demanda y ser capaces de aportar experiencias únicas e inolvidables a los visitantes.

Se analizaron en la literatura nacional e internacional siete procedimientos y metodologías para el diseño de productos turísticos, se escogió el propuesto por Clavijo, 2022; al que se le introdujeron tres modificaciones dirigidas a: omitir dos de sus etapas e incorporar dos pasos uno referido a la ubicación estratégica del alojamiento y otro referido a la colaboración con la comunidad local.

Se diseñó el producto turístico cultural “Noche azul, novia del Turquino” aprovechando recursos patrimoniales de la Ciudad de Holguín, que, según el criterio de los especialistas consultados, contribuye a potenciar el turismo cultural y responde a los intereses del público objetivo seleccionado.

Referencias bibliográficas

- Clavijo Azacharez, H. (2022). *Diseño del producto turístico cultural Por los senderos de la Cruz en el destino Holguín-Cuba* [Tesis presentada en opción al título académico de Máster en Gestión Turística].
- Delgado Cruz, A., Vargas Martínez, E. E., Montes Hincapié, J. M., & Rodríguez Torres, F. (2016). Innovation in tourism companies, where are they and where are they going? An approach to the state of knowledge. *Intangible Capital*, 12(4), 1088-1155.
- Funcia Morán, C., De la Uz Herrera, J. A., Mendoza Romero, Y., & Rodríguez Rubinos, J. M. (2009). *Metodología para la mejora o diseño de productos turísticos y su comercialización*. Escuela de hotelería y turismo de Santiago de Cuba, Cuba.
- González Saíenz, Y. (2017). *Hotel Encanto Plaza Colón producto generador de experiencias que diferencia la oferta turística de Gibara* [Tesis presentada en opción al título académico de Máster en Gestión Turística]. Universidad de Holguín.
- Hassan, S. S. (2000). Determinants of Market Competitiveness in an Environmentally Sustainable Tourism Industry. *Journal of Travel Research*, 38(3), 239-245. <https://doi.org/10.1177/004728750003800305>
- Hong, S. W.-C. (2008). Competitiveness in the tourism sector: A comprehensive approach from Economic and Management points. *Springer science & business media*.
- Martínez-López, A. M., & Vargas-Sánchez, A. (2013). Factores con un especial impacto en el nivel de innovación del nsector hotelero español. *Tourism & Management Studies*, 9(2), 7-12.
- Nigel, G. E. (2016). Sustainable competitive advantage in tourism organizations: A strategic model applying service dominant logic and tourism's defining characteristics. *Tourism Management Perspectives*, 18, 14-25.
- PCC. (2016). *Conceptualización del modelo económico y social cubano de desarrollo socialista*. La Habana: PCC.
- Pérez Anzardo, L. E. (2020). *Diseño del producto agroturístico Rancho Aventura en el municipio Calixto García* [Tesis presentada en opción al título académico de Máster en Gestión Turística]. Universidad de Holguín.
- Porter Michael, E. (1990). The competitive advantage of nations. *Harvard Business Review*, 68(2), 73-93.
- Salinas Chávez, E., & Medina Pérez, N. (2009). Los productos turísticos, pilares de la comercialización: Dos ejemplos del centro histórico de la Habana, Cuba. *Estudios y perspectivas en turismo*, 18(2), 227-242.
- Tristá Moncada, J. J., Castellanos Pallerols, G., Gómez Luna, L. M., Berenguer Ungaro, M., & Hernández Rodríguez, N. (2009). *Propuesta metodológica*

para la definición de un modelo de innovación para la gestión de deficiencias en entidades del entorno académico universitario.

Vázquez-Casielles, R., del Río-Lanza, A. B., & Suárez-Álvarez, L. (2009). Las agencias de viaje virtuales: ¿Cómo analizar la calidad de e-servicio y sus efectos sobre la satisfacción del cliente? *Universia Business Review*, 24, 122-143.

Yumisaca Tuquinga, J. Y., Tarabó, E. M., & Benítez, V. B. (2019). La innovación en la actividad turística: Una aproximación al sector hospedaje de Salinas. *Universidad y Sociedad*, 11(2), Article 2.

PARA CITAR EL LIBRO

Díaz Pompa, F., Ortiz Pérez, O. L., Camacho Estrada, S. N. & Velastegui López, L. E., (2024). Perspectivas multidisciplinares del turismo: Desafíos y oportunidades en Cuba y México Recuperado desde: <http://libros.cienciadigital.org/index.php/CienciaDigitalEditorial/catalog/book/20>



Las opiniones expresadas por los autores no reflejan la postura del editor de la obra. El libro es de creación original de los autores, por lo que esta editorial se deslinda de cualquier situación legal derivada por plagios, copias parciales o totales de otras obras ya publicados y la responsabilidad legal recaerá directamente en los autores del libro.

El libro queda en propiedad de la editorial y, por tanto, su publicación parcial y/o total en otro medio tiene que ser autorizado por el director de la Editorial Ciencia Digital.

CORREOS Y CÓDIGOS ORCID

🔗 Félix Díaz Pompa

 <https://orcid.org/0000-0002-1666-2848>

 felixdp1978@gmail.com

🔗 Olga Lidia Ortiz Pérez

 <https://orcid.org/0009-0000-6941-316X>

 olgalidiaortizperez@gmail.com

🔗 Sara Nidhya Camacho Estrada

 <https://orcid.org/0000-xxxx>

 scamacho@uta.edu.ec

🔗 Luis Efraín Velastegui López

 <https://orcid.org/0000-0002-7353-5853>

 velastegui@ube.edu.ec

INNOVANDO EN EL ÁREA ACADEMICA



2024

