

LA DEMANDA TURÍSTICA EN EL DESTINO TRINIDAD DE CUBA, CIUDAD MUSEO DEL CARIBE

Tourist demand in the destination Trinidad de Cuba, museum city of the Caribbean

Lestter Pelegrín Naranjo

Universidad de Alicante
Alicante, España

lpe14@alu.ua.es

 <https://orcid.org/0000-0003-1292-7527>

pp:213-230

Este trabajo está depositado en Zenodo:

DOI: <http://doi.org/10.5281/zenodo.6551111>

RESUMEN

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. A partir de las dos últimas décadas del siglo XX, el turismo sustituyó a la agricultura como su principal renglón económico. Este artículo resume parcialmente los resultados de una investigación dirigida a examinar las características del turismo que se recibe en el territorio, sus motivaciones e intereses, lo cual permitirá a los decisores potenciar acciones de mejora en torno a los valores patrimoniales de la ciudad y el acondicionamiento de sus áreas costeras, ya que el turismo cultural y la modalidad de sol y playa, constituyen los ejes centrales de la demanda actual.

Palabras claves: Demanda, Trinidad, patrimonio, turismo

ABSTRACT

Trinidad, the third of the towns founded in Cuba, declared together with its nearby Valle de los Ingenios Cultural Heritage of Humanity, treasures a rich built heritage of great value, and its historic center is one of the best preserved of the Hispanic colonization in America. From the last two decades of the 20th century, tourism replaced agriculture as its main economic line. This article partially summarizes the results of an investigation aimed at examining the characteristics of the tourism that is received in the territory, its motivations and interests, which will allow decision makers to promote improvement actions around the heritage values of the city and the conditioning of its coastal areas, since cultural tourism and the sun and beach modality constitute the central axes of current demand.

Keywords: demand, Trinidad, heritage, tourism



INTRODUCCIÓN

La ciudad, que tiene más de medio milenio de fundada, se ha convertido en uno de los destinos turísticos más demandados. El centro histórico de la ciudad atesora un rico patrimonio edificado de gran valor, y es uno de los mejores conservados de la colonización hispana en América. La gran variedad de museos propicia la formación y el incremento de saberes culturales asociados a su condición de Patrimonio Cultural de la Humanidad que le fue otorgada por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación y la Cultura (UNESCO). Pero a la par, posee un patrimonio intangible de considerables atractivos que motiva a los visitantes, y que se manifiesta en las tradiciones culturales, religiosas, lúdicas y gastronómicas, en particular en el desarrollo de una artesanía que mezcla materiales, métodos, estilos y técnicas que han determinado su condición de Ciudad Artesanal del Mundo.

A partir de la década de los 70 del pasado siglo, las antiguas mansiones citadinas, producto de un acucioso trabajo de investigación que precedió a un auge de la restauración, se han rescatado y convertido en productos turísticos, fundamentalmente en museos, como los que rodean la Plaza Mayor del centro histórico de la ciudad, que en el año 2018 fueron visitados por la mayoría de los arribantes al destino.

El turismo a su vez, ha favorecido el desarrollo de las artesanías locales, ejercida en su mayoría por los trabajadores no estatales. Para la venta de

tejidos y otros productos de la artesanía, se han habilitado varias calles y plazuelas del centro histórico, lo cual dota a la ciudad de un colorido atractivo.

Cerca del mar y del monte, antea la de un puerto que se despliega en un hermoso valle plagado de una historia de más de 500 años y rodeada de montañas que conforman una gran diversidad de paisajes donde no existen ni animales ni plantas venenosos, ni un clima de extremos rigurosos, el destino Trinidad cuenta con cuatro polos turísticos entre los cuales se encuentra un área de playas diversas, donde se destaca la playa Ancón, de finísimas arenas, en una península de más de 5 kms de longitud.

1. DESARROLLO

1.1 Fundamentos teóricos

En los últimos años numerosos autores han realizado estudios que tienen como eje central el análisis de la demanda turística, por la importancia que esta reviste para el desarrollo de este rubro económico. Entre ellos pueden citarse a Saeteros, Vicente y Calles (2017); Ayaviri, Quispe y Sánchez (2017); Villagómez, Campoverde y Arteaga (2018); Carrera (2018); Carvache-Franco, Molina, Arteaga y Villagómez (2018); Gómez y Rodríguez (2018); Goncalves D., Lima, Andrade y Goncalves J. (2018); Gauna (2019); Hernández, Sánchez, Saldíña y Rives (2020); Mondaca, Arriagada, Montesinos y Colther (2020); Martínez y Romero (2020); García-Reinoso, García-Mareira y Quintero (2020) y Díaz (2021).



Tomando como base el consenso existente, se considera la demanda como todo aquello que el mercado exige de los operadores para satisfacer sus necesidades de esparcimiento, ocio o vacaciones, y que la misma depende de una serie de variables que van desde los gustos personales del turista, su idiosincrasia, sus ideas filosóficas hasta sus posibilidades reales desde el punto de vista económico. Por tanto la demanda turística resulta ser un resultado multifactorial, tal como lo entienden Panoso y Loghman (2012). Ver ilustración en el anexo 1.

Los modelos de demanda turística parten del propio concepto de demanda que surge a partir de las personas que poseen las tres condiciones esenciales mínimas para viajar (tiempo libre, ingresos personales e interés o necesidad de realizar el viaje) y de la decisión que adopten atemperándose a sus propias particularidades, posibilidades e intereses.

El carácter emergente que ha tenido el desarrollo del turismo en Trinidad de Cuba, ha priorizado el acondicionamiento de la estructura básica que permita la sostenibilidad de la actividad económica, quedando rezagados los estudios sistemáticos y profundos sobre la demanda. (Saeteros y otros, 2027: 81) plantean que “para la gestión adecuada de los destinos turísticos es importante analizar el comportamiento de la demanda turística además de considerar la fase de desarrollo”.

No sobre todos los destinos se ejerce similar demanda. Hernández y

otros (2020) son del criterio de que aunque desde el punto de vista del mercado la demanda turística es similar a los otros tipos de demanda, esta, al estar condicionada por las características de sus mercados meta, tiene características que la diferencian del resto de las demandas que pueden ejercerse sobre un mercado.

Por tal razón, es importante conocer las características de los mercados meta detalladamente, a fin poder satisfacer su demanda. Como parte de los estudios que se realizan sobre la demanda “es fundamental saber las motivaciones de los turistas que permitan garantizar el servicio de establecimientos formales e informales de gastronomía local” (Villagómez y otros, 2018: 243). Refiriéndose a este mismo nivel de detalle, Carvache – Franco y otros (2018) plantean que “es de mucha importancia realizar estudios sobre la demanda turística desde la perspectiva de la gastronomía” (p. 153).

Poder satisfacer la demanda implica además satisfacer un objetivo a más largo plazo al que se refiere Carrera (2018) cuando plantea que la satisfacción está determinada por la experiencia que un turista vive en un destino en cuanto al ocio, la cultura, educación, interacción social, entre otros y establece la relación que este nivel de satisfacción tiene con la repitencia.

Débora y otros (2019) señalan que el turismo debe adaptarse para poder satisfacer las demandas que le hacen los nuevos consumidores. En su mayoría esto implica que los destinos de-



ben mantener un estudio constante sobre las demandas a fin de redimensionar las características de su oferta. García Reinoso y otros (2020) también plantean que el conocimiento de la demanda es fundamental y actúa de forma determinante sobre el desarrollo de los destinos.

Díaz (2021) citando trabajos recientes de Dey (2020), Kucurkergin y Gürlek (2020) y Massingham (2019) refiere los distintos factores que condicionan las motivaciones de un turista para visitar un destino, lo cual depende no solo de los factores psicológicos internos, sino también de aquellos que son propios de dicho destino.

Para realizar los estudios sobre la demanda, Mondaca y otros (2020) plantean que uno de los métodos más populares es la aplicación de los modelos ARIMA (Autoregressive Integrated Moving Average) propuesto por Box, Jenkins y Mac Gregor a inicios de la década de los 70 de pasado siglo, pues en dichos modelos se consideran las estimaciones de los valores presentes como combinaciones lineales de los valores pasados y combinaciones de componentes aleatorias estocásticas, ofreciendo así la ventaja de poder realizar modelaciones de series temporales utilizando una pequeña cantidad de parámetros y exigiendo pocos supuestos respecto del comportamiento de las variables a ser analizadas.

Los estudios realizados según Ayaviri y otros (2017) en su mayoría enfocan en la evaluación y explicación de la dinámica de la demanda y la oferta de productos y destinos turísticos; es

decir, tratan la capacidad de los atributos de los productos para orientar estos al mercado. Ellos aplicaron el modelo Bass para estimar la demanda en los países de la Comunidad Andina de Naciones, basándose entre otras variables en el proceso de difusión y los parámetros de renta o ingresos.

La demanda también puede estudiarse desde el punto de vista económico, (volúmenes de viajes o servicios turísticos que las personas están dispuestas a pagar por un precio específico en un momento determinado), el geográfico (desde el punto de vista de la geografía humana, donde se considera la demanda como los propios flujos turísticos actuales y potenciales) y el psicológico y sociológico (desde el punto de vista de la motivación y el comportamiento).

Sin embargo, no resulta del todo fácil realizar estudios sobre la demanda turística. Gómez y Rodríguez (2018) plantean que en el caso de México, es un enorme desafío realizar estudios de la demanda turística, pues la misma se basa por lo general en registros estadísticos que tienen errores y no son enteramente confiables, aun proviniendo de fuentes oficiales. Algo similar ocurre en el destino Trinidad de Cuba, donde no se ha logrado una adecuada integración entre las cifras aportadas por los emprendedores privados y el sector estatal en relación con los escasos estudios existentes sobre la demanda en ambos sectores.

Aunque en Cuba no existe un programa de pueblos mágicos relacionado con la sustentabilidad de la



demanda turística, como el estudiado por Gauna (2019) en el estado de Jalisco, México, si se desarrollan proyectos de desarrollo local encaminados a potenciar el desarrollo del turismo en los destinos más demandados, entre ellos el de Trinidad, lo cual ha dado cierto impulso reciente a los estudios de la demanda sobre este destino, tomando en consideración las condiciones que imponen sobre el mercado las nuevas técnicas de la información y la comunicación. “Las redes sociales desafían un importante desarrollo en el sector turístico al ser uno de los canales principales para su difusión y comercialización (Martínez y otros, 2020: 1)”.

Cardona y Serra (2013: 123) consideran que las fuentes de información más valoradas por los turistas son las experiencias previas, las opiniones ofrecidas por amigos y las consultas realizadas en Internet, y que al menos el 80% de los turistas consulta la página Web del sitio antes de viajar.

1.2 Metodología

En el estudio se aplicaron diversas técnicas de investigación para determinar la relación y el papel de los diversos actores en la creación, gestión, promoción y comercialización del producto que caracteriza la demanda turística en el destino Trinidad de Cuba. En un primer momento, se realizó una revisión bibliográfica sobre las características actuales de la demanda turística a nivel nacional y en el escenario objeto de estudio.

La investigación describe las características de la demanda en el período inmediato anterior a las restric-

ciones provocadas por la COVID-19. En la misma se aplican técnicas que la caracterizan tanto cuantitativa como cualitativa (mixta).

Se obtuvo la información secundaria interna a partir de la revisión de los informes de balance de la actividad turística en el destino Trinidad aportado por las diversas instalaciones y cadenas, acerca de la entrada de turistas al destino, el comportamiento de los niveles de ocupación, y sus balances financieros. En concordancia con el paradigma cuantitativo, se realizó el análisis de los datos estadísticos actualizados aportados por los indicadores económicos de eficiencia de los OSDEs (Órganos Superiores de Dirección Económica) de las entidades turísticas sitas en el destino Trinidad así como los informes de balance del trabajo desarrollado años anteriores que recogen los indicadores de eficiencia de las principales entidades y se realizaron las comparaciones pertinentes. Fueron analizados también los datos aportados por las entidades reguladoras del sector no estatal,

La información secundaria externa se obtuvo mediante la revisión de los planes de inversión y de los planes de ordenamiento territorial del municipio, las estrategias gubernamentales de desarrollo local, los balances de trabajo de la Dirección Municipal de Trabajo y Seguridad Social así como de los resultados de la ONAT (Oficina Nacional Tributaria).

No obstante se consideró también a lo largo de todo el proceso investigativo el paradigma cualitativo, que considera imprescindibles las miradas



subjetivas de los actores involucrados en el proceso y sus apreciaciones no siempre coincidentes con el frío análisis estadístico proveniente de las cifras oficiales, tal como ocurrió con los arrendadores de viviendas, habitaciones y espacios, y otros actores vinculados a los servicios al turismo de manera no estatal.

En esa dirección, la información primaria interna fue obtenida mediante la aplicación de las encuestas en el transcurso de los años 2019 y 2020, a una muestra no probabilística de 300 sujetos voluntarios entre los turistas nacionales e internacionales que visitaron el destino, divididos en dos grupos de acuerdo a su alojamiento en entidades del sector estatal o privado, según se muestra en la tabla del anexo 2.

Las encuestas aplicadas a los turistas fueron impresas en tres idiomas: español, inglés y francés. La primera contó con los cinco ítems que aparecen en el anexo 3, lo cual permitió conocer la procedencia de los turistas, las razones que motivaron su visita al destino así como el nivel de satisfacción percibido sobre los servicios recibidos en el mismo.

La segunda que aparece en el anexo 4, permitió procesar la información sobre su lugar de alojamiento, las demandas de productos turísticos que realizaron y la medida en que estos fueron satisfechos o no.

Además se entrevistó a informantes clave vinculados de una forma u otra con la actividad turística en el territorio. En todos los casos se seleccionó una muestra no probabilística

de 150 sujetos voluntarios que accedieran a brindar información sobre los aspectos contemplados en la encuesta, y que cumplieran los requisitos exigidos por los objetivos que se perseguían en el instrumento aplicado. Los sujetos encuestados fueron divididos, en los casos que se requería en dos subgrupos de 75 sujetos cada uno, respondiendo a su filiación laboral al sector estatal o privado, como se muestra en el cuadro del anexo 5.

En instrumento aplicado a lo largo de todo el año 2020 a los directivos y trabajadores de las instalaciones seleccionadas, que aparece en el anexo 6, consistió en un cuestionario de 11 preguntas, en la mayoría de las cuales debían seleccionar alternativas en sus respuestas

Las preguntas fueron concebidas considerando los elementos sustanciales referidos a los estudios sobre la demanda, y a partir de las respuestas obtenidas y de conversaciones informales sostenidas con directivos y trabajadores de las instalaciones estudiadas mediante la formación de grupos focales, se logró obtener la información necesaria.

1.3 Análisis y discusión

Los turistas que han demandado Trinidad como destino proceden de diversos mercados emisores, fundamentalmente provenientes de Europa, aunque existe una tendencia creciente a recibir el turismo nacional, tal como lo refleja la ilustración del anexo 7. Francia y Alemania se han mantenido como los principales emisores extranjeros que demandan el producto turístico trinitario. La promoción del



turismo cubano y el incremento de su cuota en el mercado latinoamericano, continúa siendo una tarea por lograr.

Las encuestas arrojaron que a pesar de los esfuerzos realizados por los turoperadores para promover otras opciones enmarcadas en el turismo de naturaleza y el turismo cultural, la modalidad de sol y playa continúa siendo la razón más significativa para la elección del destino, tal como lo muestra la figura del anexo 8. Aunque en la península Ancón se han erigido varios hoteles, las áreas de playa no cuentan con toda la infraestructura necesaria para lograr la total satisfacción de los turistas que optan por esta modalidad.

La atracción que ejercen los valores culturales de la ciudad y el Valle de los Ingenios como patrimonio cultural de la humanidad, se manifiesta como la segunda razón expresada por los visitantes entrevistados para visitar el destino Trinidad. En tercer término, llama la atención que la visita a familiares y amigos, sea la tercera de las razones esgrimidas, lo cual patentiza el incremento del turismo nacional en el sitio.

No obstante, no hay una cabal comprensión de que para el destino la demanda nacional debe resultar la más significativa y la que hay que atender con prioridad. En entrevistas realizadas a personas vinculadas al turismo sobre todo del sector estatal, se manifestaron en varias oportunidades opiniones negativas sobre los grupos de turistas nacionales, tales como: “son un viaje de leña”, “no dejan nada”, “protestan por cualquier

cosa” y otras expresiones negativas. Lo cierto es que el hecho de que el turismo nacional haya crecido, ha hecho variar también los intereses demandados por los turistas.

En este sentido, las visitas a los numerosos museos de la ciudad ha sido una opción de las más demandadas, y por la cual ha optado más del 60% de los turistas encuestados, tal como se refleja en la figura del anexo 9.

Aunque es determinante en las razones expuestas para viajar la búsqueda del disfrute de mejores condiciones climáticas que permiten la modalidad de sol y playa durante todo el año, la experiencia en el trabajo con grupos focales de visitantes extranjeros alojados en las instalaciones de Trinidad arrojó que muchos se sienten atraídos por vivir la experiencia de una aventura controlada en la naturaleza de un país comunista, y otros añoran las vivencias de un sistema ya desaparecido en otras latitudes, pero que mantiene vigente los paradigmas de figuras como la del comandante guerrillero Che Guevara.

También plantean que son atraídos para poder disfrutar de las ventajas de buenos productos cubanos reconocidos en el mundo entero, como el ron y el tabaco, a precios muy inferiores a los que pagarían por ellos en sus lugares de residencia.

Un muestreo realizado en cinco hostales privados y la agencia estatal de viajes “Cubatur Trinidad”, permitió conocer las diez opciones más demandadas por los turistas en esos centros durante los años 2020 y 2021. En su conjunto, esos sitios de interés



recibieron en total 228 solicitudes distribuidas como muestra la figura que aparece en el anexo 10.

Una encuesta aplicada a la muestra más amplia de 300 turistas, cuyos resultados pueden observarse en la figura del anexo 11, arrojó resultados interesantes. En primer término las demandas realizadas por los turistas alojados en instalaciones del sector privado superaron en más de 100 las realizadas por los alojados en las instalaciones estatales, lo cual puede indicar que los segundos están sujetos a una oferta hotelera donde ya están incluidos los opcionales que brinda la instalación y prefieren acogerse a la misma sin demandar otros productos.

En segundo lugar, los turistas alojados en instalaciones del sector estatal presentan un índice más elevado en las demandas realizadas no satisfechas que casi triplica el indicador logrado por los hospedados en hostales privados, lo cual indica que este último servicio resulta ser más personalizado y prestar más atención a la satisfacción de las demandas realizadas por sus inquilinos.

En este sentido los dueños y trabajadores de hostales privados manifestaron en las entrevistas que existe una red de proveedores dentro de la misma ciudad que pueden ser llamados a cualquier hora para satisfacer una demanda, desde llevar a los turistas a un paseo a la playa en bicicleta, salir en una cabalgata por el campo, hasta explorar las cuevas cercanas a la ciudad. Estos ajustan el precio de su servicio con el arrendador que aloja a los turistas y estos obtienen el servi-

cio que desean.

Es significativo que solo una cuarta parte de los turistas encuestados sean repitentes, como se muestra en la figura del anexo 12, lo cual puede indicar la necesidad de elevar la satisfacción de sus demandas en el destino.

Cifras cercanas al 50% de los turistas consideran que el nivel de sacrificio realizado para ver satisfechas las demandas realizadas es elevado, aunque la percepción que tienen sobre la prestación de los servicios que se prestan para satisfacer las mismas es elevada, como se muestra en la figura del anexo 13.

Es significativa la disminución de la demanda para el destino Trinidad durante los últimos tres años, determinada en lo esencial por dos factores: en primer término, las olas pandémicas que han asolado el mundo y provocado la caída de las principales actividades económicas globales, y en segundo lugar, la fuerte presión ejercida por los gobiernos post Obama de los Estados Unidos, que han recrudecido el bloqueo económico y financiero contra Cuba, limitando aún más el acceso de los turistas al país. La figura que se muestran en la tabla del anexo 14 es muestra de ello.

CONCLUSIÓN

Puede afirmarse que en Trinidad como destino turístico, la demanda sigue estando dirigida en lo fundamental hacia las opciones de sol y playa. El destino es un referente para el turismo cultural, entendido este no solo como la visita a los museos y demás si-



tios del valioso patrimonio edificado, sino por otras opciones que también son demandadas por quienes visitan el polo citadino. En el último trienio (2019 – 2021) la demanda muestra una reducción significativa, esencialmente producto de la situación epidemiológica a nivel global, lo cual debe considerarse como una oportunidad para acelerar el mejoramiento de las infraestructuras existentes y habilitar otras dirigidas a ampliar las modalidades que incrementen la demanda hacia el destino. Es necesario incrementar la capacitación de todos los gestores y actores de la actividad turística a fin de disminuir las brechas existentes entre la prestación de los servicios en el sector estatal y el privado, a fin de lograr mayores índices de satisfacción de las demandas de los turistas, no solo de los provenientes del extranjero sino del propio turismo nacional.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

PANOSSO NETTO, Alexandre y LOHMANN, Guilherme (2012). Teoría del Turismo. Conceptos, modelos y sistemas. Trillas, México.

Hemerográficas

AYAVIRI NINA, Víctor Dante; QUISPE FERNÁNDEZ, Gabith Miriam y SÁNCHEZ CUESTA, Patricio (2017). Estimación de la demanda del turismo en la Comunidad Andina de Naciones. Revista Espacios, Vol. 38, No. 31

CARDONA, José Ramón y SERRA CANTALLOPS, ANTONI (2013). Características de la demanda del turismo rural de Baleares. Revista

Interamericana de Ambiente y Turismo, Vol 9, 2.


CARRERA MIRANDA, Ana Lucía (2018). Estudio del Comportamiento de la Demanda Turística Nacional e Internacional en la Provincia de Napo. Trabajo de titulación presentado como requisito previo a la obtención del Título de Licenciada en Turismo Ecológico. Universidad Central del Ecuador.

CARVACHE-FRANCO, Mauricio; CARVACHE-FRANCO, Wilmer; MOLINA-BRAVO, Grace; ARTEAGA-PENAFIEL, Marina; VILLAGÓMEZ-BUELE, César (2018). La demanda turística desde la perspectiva de la satisfacción, la actitud y las preferencias respecto a su gastronomía: el caso de Salitre (Ecuador). Turismo y Sociedad, vol. 22, 2018, Enero-Junio, pp. 151-165,, Universidad Externado de Colombia, DOI: 10.18601/01207555.n22.08

DÍAZ CHRISTIANSEN, Suleen (2021). Análisis de la demanda turística en los sitios Ramsar: La isla Santay, Ecuador. (Tesis doctoral). Universidad de Córdova, (España).

GARCIA REINOSO, Nelson; GARCÍA MOREIRA, David y QUINTERO ICHAZO, Yomara (2020). Segmentación de la demanda turística colombiana que visitan la Zona de Planificación 1 más la provincia de Pichincha en Ecuador. Revista Interamericana de Ambiente y Turismo. Vol. 16, No. 2. Recuperado de <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-235X2020000200136>

GAUNA RUIZ DE LEÓN, Carlos (2019). Análisis sociodemográfico,



económico y turístico de los “Pueblos Mágicos” de Jalisco, México. El Periplo Sustentable. Universidad Autónoma del Estado de México. Número: 36 Enero / Junio 2019. Recuperado de <http://rperiplo.uaemex.mx/>

GÓMEZ NIEVES, Salvador y RODRÍGUEZ BOCANEGRA, Karina Melisa (2018). Problemas y desafíos para la determinación de la demanda turística en México. Investigaciones Turísticas Nro. 16, pp. 87-107. <http://dx.doi.org/10.14198/>

GONÇALVES ALENCAR, Débora, LIMA DOS SANTOS, Marina, ANDRADE DE SOUZA, Adrieli y GONÇALVES GÁNDARA, José Manuel (2019). Productos turísticos para demandantes de experiencias de la dimensión entretenimiento de Pine y Gilmore: nuevas características y tendencias para el Paraná. Rev.Tur., Visão e Ação, Vol. 21, Nro. 2, p46-67, Mai./Ago. 2019, Santa Catarina, Brasil.

HERNÁNDEZ FLORES, Yoan; SÁNCHEZ BORGES, Yennifer; SALDIÑA SILVERA, Bismario y RIVES GONZÁLEZ, Karla Ananda (2020). Características de la demanda potencial del destino Cuba en la nueva normalidad postcoronavirus. Revista internacional de turismo, empresa y territorio. Vol. 4, Nro. 2, pp. 158-177

MARTÍNEZ SEPÚLVEDA, Lesly Mirely y ROMERO SOLIS, Brenda Carolina (2020). La influencia de las redes sociales en la demanda turística del hostel Intikilla en Miraflores – Lima, Perú. (Tesis para obtener el título profesional de

Licenciada en Administración en Turismo y Hotelería). Universidad César Vallejo, Lima, (Perú)

MONDACA-MARINO, Cristian; ARRIAGADA MILLAMAN, Ailiñ; MONTECINOS ASTORGA, Alba y COLTHER MARINO, Cristian (2020). Modelamiento y pronóstico de la demanda turística a nivel regional en Chile: un análisis con modelos sarima. Turismo: Estudos & Práticas (UERN), Mossoró/RN, Vol. 9, Nro. 1

SAETEROS, Angélica Maria DA SILVA, Edson Vicente, CALLES, Veronica Gabriela (2017). Análisis de la demanda del turismo para la gestión sustentable del destino en las islas Galápagos-Ecuador. Rev. Anais Bras. de Est. Tur. Vol.7, Nro.1, p.78 – 88, Jan./Abr., 2017

VILLAGÓMEZ BUELE, César Gardel; CAMPOVERDE GONZÁLEZ, Cindy Lissette y ARTEAGA PEÑALVER, Marina Urbecí (2018). Análisis de la demanda turística desde el punto de vista de la motivación y satisfacción de su gastronomía. El caso Salinas (Ecuador). HOLOPRAXIS Ciencia, Tecnología e Innovación, Vol.2, Nro. 1

Anexo 1

Factores que influyen sobre la demanda turística.



Fuente: elaboración propia a partir de la propuesta realizada por Panoso y Loghmann (2012).

Anexo 2

País de procedencia y lugares de alojamiento de los turistas que accedieron a responder las encuestas aplicadas

País de procedencia	Nro de turistas encuestados	Alojados en instalaciones estatales	Alojados en instalaciones privadas
Cuba	32	15	17
Francia	66	43	23
Alemania	47	28	19
España	32	18	14
Italia	37	25	12
Canadá	25	10	15
EE.UU	15	10	5
Comunidad cubana en el exterior	30	7	23
Gran Bretaña	9	9	0
Venezolanos	4	1	3
Argentinos	3	3	0
Total	300	169	131

Fuente: Elaboración propia

Anexo 3

Items de la encuesta aplicada a la muestra no probabilística de sujetos voluntarios.

Objetivo: conocer la procedencia de los visitantes, determinar las razones por las cuales seleccionaron el destino Trinidad y su nivel de satisfacción con los productos turísticos demandados.



1.- Marque con una X su país de procedencia y escriba el nombre si su país no aparece en la lista.

Francia ___ Alemania ___ Italia ___ España ___ Canadá ___
EE.UU. ___

Reino Unido ___ Comunidad cubana en el exterior ___ Cuba ___
Otro ___ (especifique) _____

2.- Marque con una X el ítem que se corresponda con su caso.

___ Visito Trinidad por primera vez. ___ He visitado Trinidad en otras ocasiones.

3.- Marque con una X la razón principal que lo motivó a incluir a Trinidad como destino turístico durante su visita a Cuba.

- ___ Disfrutar del sol y la playa.
- ___ Conocer su cultura y su patrimonio en sentido general.
- ___ Visitar sus museos y casas de hacienda.
- ___ Disfrutar su gastronomía.
- ___ Entrar en contacto con su pueblo.
- ___ La seguridad que existe en el destino.
- ___ Visitar familiares y amigos
- ___ Por otros motivos.

4.- ¿Cómo considera que ha sido el sacrificio que ha realizado para acceder a los productos turísticos que existen en Trinidad?

- ___ Elevado nivel de sacrificio.
- ___ Modesto nivel de sacrificio.

5.- ¿Cómo considera que ha sido la prestación de los servicios recibidos en los productos turísticos que ha disfrutado en Trinidad?

- ___ Elevada prestación de los servicios.
- ___ Modesta prestación de los servicios.

Anexo 4

Items de la encuesta aplicada a 100 turistas alojados en establecimientos estatales y privados.

1.- Marque con una X el lugar donde se está alojando:

Hotel, camping u otra institución estatal ___

Casa particular u hostel privado ___

2.- Marque con una X a la izquierda las demandas que ha realizado durante su estancia y si se han satisfecho o no se han satisfecho en las columnas de la derecha.



MARQUE CON X LAS DEMANDAS REALIZADAS POR UD. DURANTE SU ESTANCIA EN TRINIDAD	¿HAN SIDO SATISFECHAS?	
	SI	NO
Disfrute del sol y la playa		
Cabalgatas		
Espeleoturismo		
Turismo gastronómico		
Cicloturismo		
Agroturismo		
Conocer a las personas y sus costumbres y tradiciones		
Visitas a museos.		
Visita a otros sitios patrimoniales (iglesias, plazas, edificaciones, etc.)		
Observación o fotocaza de especies de la flora y la fauna.		
Senderismo, caminata, tour de orientación en el campo.		
Disfrute de espectáculos culturales y deportivos.		
Turismo de aventuras: escaladas, barranquismo, rafting, canopy o tirolesa		
Navegación y otras actividades náuticas, buceo, pesca deportiva		
Turismo académico, de aprendizaje, y de eventos		
Turismo de compras (shopping)		
Espeleoturismo		

Fuente: elaboración propia.

Anexo 5

Tabla con la composición de los 150 sujetos encuestados vinculados a la prestación de servicios al turismo.

Sector estatal	
Directores de empresas	3
Gerentes de instalaciones hoteleras	3
Administradores de restaurantes	9
Trabajadores de la planta hotelera	14
Profesores de la Escuela de Turismo	10
Trabajadores de centros de restauración	12
Trabajadores de la Cadena de tiendas "Caracol"	6
Trabajadores de Transporte Turístico (TRANSTUR)	6
Trabajadores de Agencias de Viajes	3
Trabajadores de Empresa de Servicios al Turismo (EMPRESTUR)	6
Trabajador de la Marina Marlin	3
Subtotal encuestados del sector estatal	75
Sector no estatal	
Dueños de hostales (servicio de alojamiento)	6
Dueños de restaurantes (Paladares)	6
Empleados de hostales	18
Empleados de restaurantes (Paladares)	18
Choferes privados	9
Artesanos	12
Tenedores de libros	6
Subtotal encuestados sector no estatal	75
Total de encuestados	150



Anexo 6

Items del cuestionario aplicado a 150 directivos y trabajadores de los sectores estatal y privado.

Objetivo: Conocer cómo desarrollan el proceso de gestión de los recursos de información en función del conocimiento de sus clientes y de la satisfacción de sus demandas.

1-. ¿En su instalación se gestionan los recursos de información? Sí ___
No ___

2-. ¿Qué agentes gestionan la información? Públicos ___ Privados ___

3-. ¿Recopilan información secundaria? Sí ___ No ___

4-. En caso positivo, ¿de dónde procede?

5-. ¿Recopilan información primaria? Sí ___ No ___

6-. En caso positivo, ¿qué técnicas utilizan para obtenerlas?

7-. ¿Han realizado estudios sobre la demanda turística? Si ___ No ___
Mencione alguno de ellos en caso positivo _____

8-. ¿Han realizado estudios sobre la oferta? Si ___ No ___ Mencione
alguno de ellos en caso positivo _____

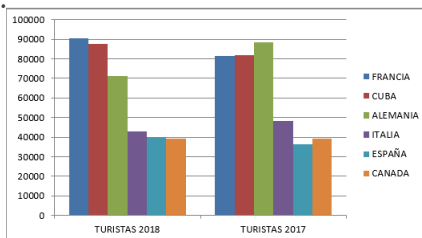
9-. ¿De qué país proviene la mayoría de los turistas que atienden en su
instalación?

10-. ¿Mantienen actualizado un registro de opiniones de los turistas sobre
el producto que le han ofertado?

11-. ¿Qué medios utilizan para promocionar sus servicios?

Anexo 7

Principales mercados emisores para el destino Trinidad en años seleccionados.

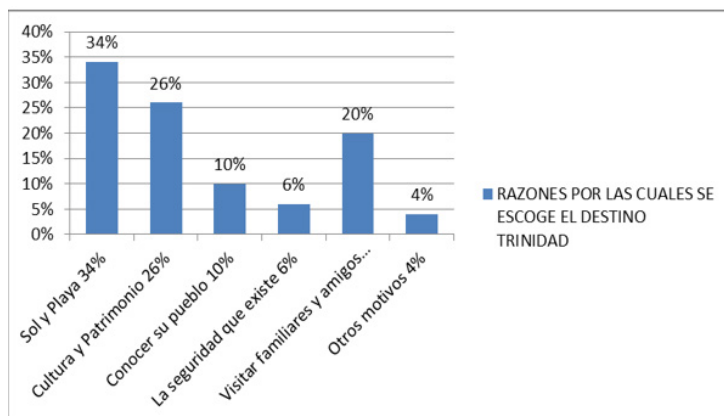


Fuente: Elaboración propia a partir de datos aportados por la Delegación Territorial de Turismo.



Anexo 8.

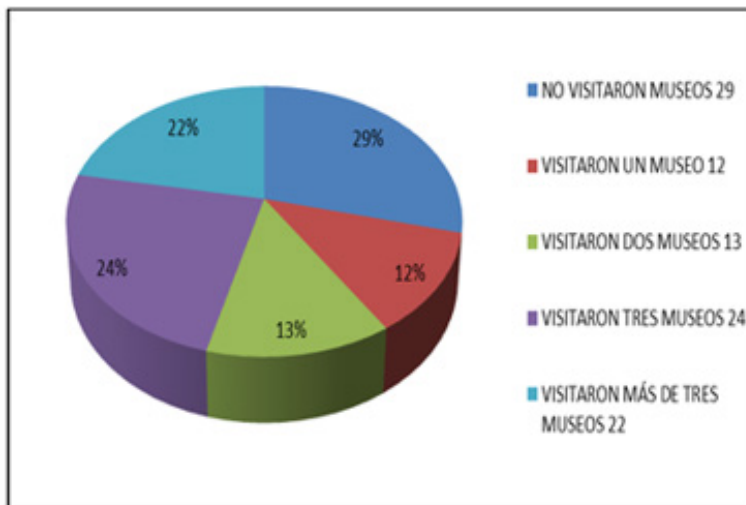
Razones por las cuales los turistas encuestados optaron por el destino Trinidad.



Fuente: Elaboración propia.

Anexo 9

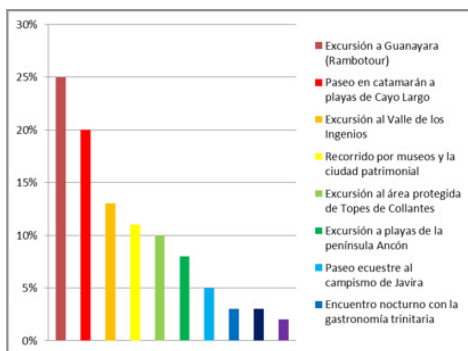
Porcentaje de turistas que demandaron visitar los museos de la ciudad.



Fuente: elaboración propia.

Anexo 10

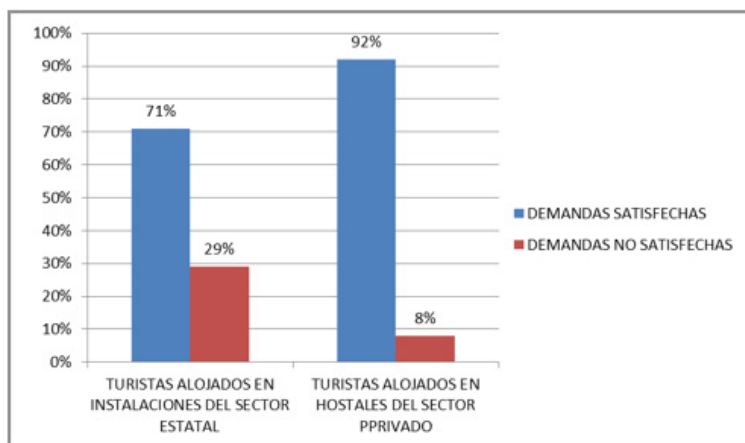
Opcionales más demandadas por los turistas en la agencia estatal de viajes “Cubatur Trinidad” y cinco hostales privados durante los años 2020 y 2021.



Fuente: elaboración propia

Anexo 11.

Satisfacción de las demandas realizadas por los turistas alojados en instalaciones del sector estatal y privado.

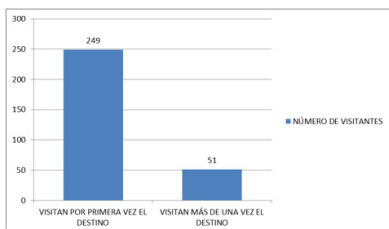


Fuente: elaboración propia.



Anexo 12

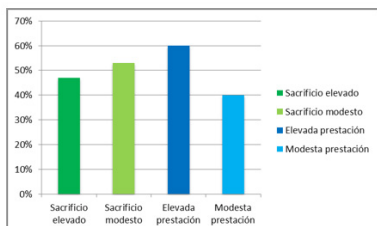
Número de turistas que han visitado el destino más de una vez.



Fuente: elaboración propia.

Anexo 13

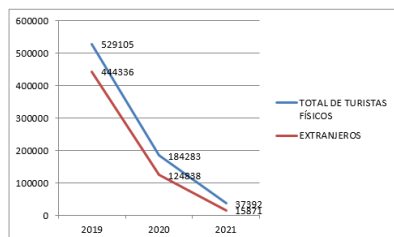
Percepción que tienen los turistas encuestados sobre el nivel de sacrificio realizado para acceder a los productos demandados y sobre la prestación de los servicios recibidos.



Fuente: elaboración propia.

Anexo 14

Total de turistas físicos y de ellos, extranjeros, que visitaron el destino Trinidad en el trienio 2019 – 2021.



Fuente: elaboración propia.



Pelegrín Naranjo, Lestter 1

*Doctorando en Filosofía y Letras
(Universidad de Alicante). Ingeniero
Industrial. E-*