



## Diagnóstico de la coherencia entre la oferta y la demanda turística de ocio en el destino La Habana

*Diagnostic of the coherence between the supply and the demand for leisure in the Havana destination*

- <sup>1</sup> Gabriela Clausell Morejón  <https://orcid.org/.....>  
Facultad de Turismo, Universidad de La Habana. Cuba.  
[gabyclausell@gmail.com](mailto:gabyclausell@gmail.com)
- <sup>2</sup> Daikel Adriano Abreu Rodríguez  <https://orcid.org/.....>  
Facultad de Turismo, Universidad de La Habana. Cuba.  
[daikel\\_abreu@ftur.uh.cu](mailto:daikel_abreu@ftur.uh.cu)



---

### Artículo de Investigación Científica y Tecnológica

Enviado: 18/02/2021

Revisado: 20/03/2021

Aceptado: 05/04/2022

Publicado: 16/05/2022

DOI: <https://doi.org/10.33262/exploradordigital.v6i2.2153>

---

### Cítese:

Clausell Morejón, G., & Abreu Rodríguez, D. A. (2022). Diagnóstico de la coherencia entre la oferta y la demanda turística de ocio en el destino La Habana. *Explorador Digital*, 6(2), 104-133. <https://doi.org/10.33262/exploradordigital.v6i2.2153>



**EXPLORADOR DIGITAL**, es una Revista electrónica, **Trimestral**, que se publicará en soporte electrónico tiene como **misión** contribuir a la formación de profesionales competentes con visión humanística y crítica que sean capaces de exponer sus resultados investigativos y científicos en la misma medida que se promueva mediante su intervención cambios positivos en la sociedad. <https://exploradordigital.org>

La revista es editada por la Editorial Ciencia Digital (Editorial de prestigio registrada en la Cámara Ecuatoriana de Libro con No de Afiliación 663) [www.celibro.org.ec](http://www.celibro.org.ec)



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

**Palabras****claves:**

Coherencia,  
demanda, La  
Habana,  
ocio, oferta,  
productos.

**Keywords:**

Coherence,  
demand,  
Havana,  
leisure,  
supply,  
products.

**Resumen**

El trabajo que se presenta se realizó con el propósito de efectuar un diagnóstico de la correspondencia (coherencia) existente entre la oferta y la demanda turística de ocio en el destino La Habana. Dicha investigación fue estructurada en 7 etapas, las cuales permitieron realizar una comparación entre la oferta de ocio y los gustos y preferencias de los visitantes del destino, mediante el análisis de documentos, entrevistas a especialistas, así como a los turistas que visitaron el destino. Para determinar el tamaño de la muestra investigada se utilizó el criterio de saturación de la información. Se realizaron observaciones participativas a productos de ocio para contribuir a la caracterización y evaluación de la oferta. Los resultados arrojaron que la oferta de ocio en La Habana es insuficiente, poco diversa, presenta desequilibrio entre cosas para ver y cosas para hacer, y desequilibrio entre la actividad diurna y la actividad nocturna. Se evidenció que existen brechas entre la oferta y la demanda, dadas principalmente por la insuficiencia de productos de ocio activo, de ocio diurno, y productos que brinden la posibilidad a los visitantes de interactuar con los locales, así como realizar las actividades típicas del destino. Se concluyó que La Habana posee grandes potencialidades para el desarrollo de productos de ocio. Se presentó una propuesta de acciones y de productos que pudieran implementarse para darle respuesta a las brechas encontradas.

**Abstract**

The work presented was carried out with the purpose of making a diagnostic of the correspondence (coherence) existing between the supply and the tourist demand of leisure in the Havana destination. This research was structured in 7 stages, which allowed a comparison between the leisure offer and the tastes and preferences of the visitors of the destination, through the analysis of documents, interviews with specialists, as well as the tourists who visited the destination. The information saturation criterion was used to determine the size of the sample investigated. Participatory observations were made of leisure products to contribute to the characterization and evaluation of the offer. The results showed that the offer of leisure in Havana is insufficient, little diverse, presents imbalance between things to see and things to do, and imbalance between daytime and night activity. It was evident that there are gaps between supply and demand, mainly due to the insufficiency of active leisure products, daytime leisure, and products that give visitors the possibility to interact with the premises, as well as

---

carrying out the typical activities of the destination. It was concluded that Havana has great potential for the development of leisure products. A proposal of actions and products that could be implemented was presented to respond to the gaps found.

---

## Introducción

El destino turístico es una unidad que engloba diversos recursos turísticos e infraestructuras, formando un sistema (Alonso, 2015). Esto significa que los diferentes organismos han de colaborar en la planificación y gestión del lugar, puesto que en caso contrario, surgen disfunciones entre oferta y demanda y, por tanto, el destino no funcionará a su pleno rendimiento.

Para analizar la demanda turística es necesario tener en cuenta que el perfil y las preferencias del turista han variado, exigiendo nuevas ideas, siendo estas a su medida, el turista va en busca de su propia experiencia, cambiando el hecho de viajar para presenciar, a la idea de viajar para efectuar algo (Chaviano y Aro, 2008).

Se plantea entonces un reto para los promotores del viaje: estos tendrán que crear productos que permitan realizar actividades y faciliten la participación activa del turista consumidor en la elaboración de la experiencia que disfruta. Por lo tanto, se hace sumamente importante realizar estudios de la oferta de ocio de los destinos.

Perelló (2018) explica que estamos en una nueva etapa del desarrollo de la actividad turística, por lo tanto, se hace necesario en Cuba un tránsito desde un modelo de desarrollo hotelero y una política oligopólica; hacia un modelo intensivo e inclusivo, con énfasis en una política que haga corresponder la diversificación de la oferta con la nueva demanda, lo que equivale a la necesidad de un perfeccionamiento de la actividad turística en términos de destino integral y no solo de un conjunto aislado de productos tradicionales.

“Díaz-Canel habló sobre asuntos claves para el sector, entre ellos, la creatividad (...) hacer rigurosos estudios de mercado y de crear, si no existe, una suerte de observatorio tecnológico sobre el turismo para evitar improvisaciones” (Perera, 2019. p.4).

Se hace necesario entonces la realización de estudios de la oferta de ocio y su coherencia con la demanda del mercado, a fin de lograr una oferta turística que cumpla las expectativas de los clientes y, por consiguiente, una buena gestión del destino turístico en Cuba, en particular en La Habana, dada la importancia que tiene este destino en el desarrollo del turismo del país.

Al analizar los estudios previos sobre el destino La Habana y su oferta de ocio, se puede apreciar que han sido pocas las investigaciones realizadas y con poco alcance en torno al tema; como es el caso de los autores Vega (2011), Cala (2012), Carballosa, (2016) y Rodríguez (2017), quienes se limitan a presentar un inventario de los principales productos turísticos estatales que existían en la capital.

J.M.García<sup>1</sup> (comunicación personal, 2019) considera que es necesario realizar un levantamiento de los productos existentes, a fin de lograr una mejor gestión del destino.

Por otro lado, Acosta (2010), Consuegra (2011), Vega (2011) Cala (2012) y Bagarotti (2012), al realizar un análisis sobre el destino La Habana, coinciden en que se debe mejorar el entretenimiento y que existe escasa promoción e integración de las actividades culturales con la actividad turística.

Autores tales como Arce (2011), Vega (2011) y Rodríguez (2017) confirman la existencia de gran potencialidad en los valores histórico-culturales que complementan la oferta del destino La Habana.

Autores como Vega (2011) , García (2014) , González D. (2017) y Rodríguez (2017) coinciden en que la competitividad de La Habana se debe, en su mayoría, a los atributos y valores culturales que posee, tales como: hospitalidad de sus habitantes y la seguridad. Sin embargo, Sagarra (2014) expone que La Habana posee un nivel medio de competitividad debido a la insuficiencia de la gestión integral del destino, por lo que “el desempeño turístico del destino se considera muy por debajo de las potencialidades con las que cuenta” (Vega, 2011).

Según Perelló (2018), han surgido nuevas oportunidades para el desarrollo de la capital como centro dinámico para el crecimiento del turismo internacional, bajo la concepción de una nueva estrategia enfocada a segmentos de mercado con mayores gastos en estancias y con motivaciones distintas al turismo masivo convencional de sol y playa.

Especialistas en gestión turística, tales como C. Rodríguez<sup>2</sup> (comunicación personal, 2019), R. Martín<sup>3</sup> (comunicación personal, 2019) y A. Delgado<sup>4</sup> (comunicación personal, 2019) L. Torres<sup>5</sup> (comunicación personal, 2019), coinciden en que es necesario desarrollar atractivos y productos de ocio y recreación, a fin de aumentar el gasto de los visitantes y la estancia media en el destino La Habana.

---

<sup>1</sup> Especialista en desarrollo de la delegación del MINTUR de La Habana

<sup>2</sup> Especialista en Actividades deportivas y recreativas del Turismo Empresa Extrahotelera Palmares.

<sup>3</sup> Profesor Emérito, Universidad de La Habana.

<sup>4</sup> Decano de la Facultad de Turismo de la Universidad de La Habana.

<sup>5</sup> Profesora Titular de la Facultad de Turismo de la Universidad de La Habana. Vicedecana de investigación y posgrado de la Facultad de Turismo. Miembro de Tribunal Nacional de Doctorado en Economía Aplicada.

Según la Delegación del Ministerio de Turismo de La Habana (2020), los ingresos en el territorio en el año 2019 alcanzaron la cifra de 911.9 millones de pesos en MT, lo que representa el 85.4% del plan y decrece en 37.6 millones con relación al resultado obtenido el año anterior. Al analizar informes de los balances de los años anteriores, se puede concluir, que los ingresos totales estuvieron por debajo de los ingresos planificados.

La planta hotelera se encuentra en proceso de crecimiento y desarrollo, paradójicamente la estancia media en La Habana cada vez disminuye más. Por lo que se hace necesario realizar entonces investigaciones sobre la oferta de ocio, lo que trae consigo que los indicadores turísticos no sean los deseados por el Ministerio de Turismo de Cuba (MINTUR). Esto es corroborado por la dirección general de Desarrollo, Negocios e Inversiones del MINTUR. J.R. Daniel<sup>6</sup> (comunicación personal, 2019) afirma que se han identificado problemas en la oferta de ocio de La Habana y expresa el interés por parte del MINTUR de que sean realizados estudios de la capital, con el objetivo de mejorar la oferta y, como consecuencia, mejoren los indicadores turísticos.

Por lo tanto, se determinó el siguiente problema de investigación:

**Problema:** La correspondencia lograda entre la oferta y la demanda turística de ocio, no ha contribuido al cumplimiento y mejora de los indicadores turísticos en el destino La Habana.

**Hipótesis:** El diagnóstico a la correspondencia (coherencia) entre la oferta y la demanda turística de ocio, contribuirá al cumplimiento y mejora de los indicadores turísticos en el destino La Habana.

**Objetivo General:** Diagnosticar la correspondencia (coherencia) entre la oferta y la demanda turística de ocio en el destino La Habana.

### **Metodología**

1-Revisión bibliográfica y estudio exploratorio.

Durante esta etapa se desarrolló una revisión inicial de la literatura sobre la coherencia demanda-oferta y los productos de ocio, lo que ayudó a la comprensión y entendimiento del fenómeno. A la par de lo anterior, se realizaron 3 entrevistas (no estandarizadas y no programadas) a investigadores, quienes fueron seleccionados teniendo en cuenta su conocimiento y experiencia en la investigación en el Turismo. Dichos investigadores validaron la necesidad e importancia de la investigación en el Turismo y el interés del MINTUR en que sea desarrollado el objeto de estudio en cuestión. La selección de los

---

<sup>6</sup> Director General de Desarrollo Negocios e Inversiones del Mintur.

trabajadores del MINTUR se realizó atendiendo a las relaciones personales que tenían con el investigador.

## 2-Definición del diseño de investigación.

En esta etapa, fundamentándose en los resultados obtenidos de la etapa anterior, se precisaron el problema, la hipótesis y los objetivos de la presente, así como las tareas y posibles métodos, técnicas y procedimientos que se utilizarían en el curso de la investigación.

## 3-Construcción del marco teórico de referencia y definición de los conceptos.

En este paso se retomó la revisión bibliográfica. Se definieron conceptos y clasificaciones de los productos de ocio, los cuales sirvieron de base para realizar los siguientes pasos de la investigación.

## 4-Elaboración de métodos y técnicas para recopilar la información.

Se elaboró una entrevista semi-estructurada para ser aplicada a un grupo de especialistas con visión global del destino y especialistas con experiencia en empresas turísticas, a fin de conocer la opinión y evaluación respecto a la oferta de ocio. Se les pidió que realizaran una evaluación teniendo en cuenta los indicadores atractividad, calidad, diversidad y autenticidad. También realizaron una valoración del Mix de comunicación empleado en estos productos de ocio.

Se seleccionó el método de la observación para obtener información sobre el estado actual del destino La Habana e identificar elementos precisos para la caracterización y el análisis de la oferta de ocio; para ello, se elaboró una guía de observación con los elementos más importantes que permitió investigar el fenómeno directamente.

## 5- Aplicación de métodos y técnicas.

En esta etapa se procedió a la aplicación de las técnicas de recogida de información que ya fueron explicadas con anterioridad.

Gran parte del trabajo de campo se realizó en los meses de noviembre y diciembre del 2019 y enero del 2020, correspondientes a las temporadas altas del turismo internacional. Se aplicó una entrevista semi-estructurada a visitantes en el destino. Se contactaron a dichos clientes mediante los propietarios de las viviendas de Airbnb y a través de conocidos en hoteles y restaurantes. Se realizaron un total de 127 entrevistas. El criterio utilizado para determinar el tamaño de la muestra de las entrevistas fue el criterio de saturación de la información. La saturación de la información ocurre en el momento en que, después de realizar las entrevistas, el material cualitativo deja de aportar nuevos datos.

Se realizaron entrevistas en distintos lugares de La Habana, a fin de obtener respuesta de la mayoría de los segmentos de mercado posible y no de un segmento específico, para obtener variedad en la muestra estudiada.

Se efectuaron un total de 21 entrevistas a especialistas, de los cuales, 8 eran profesores de la facultad de Turismo, 2 especialistas de la delegación del MINTUR de La Habana, 4 especialistas de Palmares, 2 especialistas en Desarrollo del MINTUR y 1 comercial de las principales agencias estatales de Cuba. La selección de los especialistas entrevistados se realizó atendiendo a sus conocimientos y/o a sus cargos, y para definir el tamaño de la muestra, se siguió el criterio de saturación de la información. Dichas entrevistas se realizaron con el objetivo de evaluar la situación del destino con respecto a los productos turísticos de ocio, así como las potencialidades para desarrollar nuevos.

Se realizaron observaciones participantes y no participantes que tenían un carácter principalmente cualitativo en entidades de ocio y se procedió a realizar anotaciones sobre los lugares visitados, teniendo en cuenta la atractividad, la autenticidad, variedad de los productos y la calidad de los servicios. Estas observaciones contribuyeron a inventariar los productos y caracterizar la oferta de ocio. Para la elaboración del inventario se realizó un análisis documental donde se analizaron Guías turísticas de Cuba y de La Habana y revistas turísticas como Excelencia, CubaSí, entre otras. También se realizaron búsquedas en Directorios Cubanos, búsquedas por internet y se visitaron sitios web como Cubatravel y TripAdvisor. Se efectuaron varias visitas a los órganos rectores de dichas entidades de ocio, a fin de poder estudiar mejor la variable producto turístico, por lo que se visitó La Delegación del MINTUR de La Habana, Palmares, Recreatur, Artex, Restaurantes de La Habana, además de la ONAT y la ONEI.

#### 6- Procesamiento y análisis de la información.

Luego de ejecutarlas entrevistas a turistas que visitaron La Habana, las entrevistas a los especialistas, las observaciones e inventariar los productos de ocio existentes, se realizó la triangulación de la información. Esto permitió determinar las principales brechas existentes entre la oferta de ocio y la demanda.

#### 7- Elaboración de informe.

A partir de la interpretación de la etapa anterior, se elaboró el informe de la investigación y se listaron una serie de acciones y recomendaciones para una mejor gestión de la oferta de ocio en La Habana, en función de los gustos y preferencias de los visitantes del destino; esto pudiera ser un punto de partida para el análisis de los actores claves del destino y así, darle tratamiento a las brechas existentes, presentadas en esta investigación.

### **Las entidades de ocio y la coherencia oferta-demanda .revisión bibliográfica.**

“Las entidades de ocio son todas aquellas entidades económicas cuyo fin es proveer servicios que satisfagan necesidades de ocio” (Delgado y Fernández, 2009, cap 3, párr 1).

El presente trabajo utilizará la propuesta de clasificación de las entidades de ocio de Delgado y Fernández (2009).

1. Centros nocturnos (cabaret, sala de fiesta, discoteca, club, club temático, bar con animación, VIP bar)
2. Centros de ocio pasivo (teatros, anfiteatros, museos, galerías de arte, cines, bibliotecas, miradores y otros )
3. Centros deportivos - recreativos (campos de golf, marinas, centros de buceo, estadios)
4. Parques temáticos

Según la Resolución 35/2002 del Ministerio de Turismo, Clasificación de los Centros Nocturnos, de 15 de julio (2002) se clasifican en:

**Discoteca:** Predomina la música disco, consecutiva y constante. Utilización de Disc Joker, que dirige la oferta musical y el clima ambiental. Servicio gastronómico de bebidas directas al cliente.

**Cabaret:** Espacios, por lo general, de dimensiones grandes, con alta capacidad de clientes. Presentaciones artísticas de espectáculos de mediano o gran formato, con orquesta acompañante, generalmente con variedades musicales, danzarias y circenses y/o humorísticas. Servicio gastronómico de calidad. Utilización de director o productor musical y artístico.

**Sala de Fiesta:** son espacios multipropósito donde tienen lugar presentaciones artísticas variadas, orquestas, grupos musicales de pequeño y mediano formato. El público permanece sentado, las luces son estables y están en correspondencia con el espectáculo. Tiene concebido espacios para la actividad bailable, con soportes en vivo o grabados. Posibilidad de realizar servicios para fiestas de cumpleaños, bodas, cenas, actividades en grupo, banquetes y otros. Equipo de animación creado al efecto.

**Club:** Espacios por lo general de dimensiones pequeñas o medianas. Luces tenues de ambientación. Música grabada romántica en lo fundamental y con baja intensidad. Presentaciones de actividades artísticas como instrumentistas, solistas y agrupaciones de pequeño formato. Gastronomía en barras y mesas con comidas ligeras. Público comprendido generalmente por parejas jóvenes y de mediana edad.

**Club temático y Café Concert:** Presenta las características de Club pero la ambientación se realiza de un tema específico.



Dentro de la clasificación de club temático se encuentra el Piano Bar.

Piano Bar: Es el bar que ofrece música de piano como entretenimiento. Tiene una característica peculiar y es la presencia de un piano de cola al final del mostrador. En los establecimientos hoteleros y afines, el bar constituye una de las principales fuentes de ingreso (González, L., 2015).

Según la Resolución 12/2018 del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, de 10 de julio ,Gaceta Oficial de la República de Cuba No. 35 Extraordinaria, GOC -2018-476-EX35 (2018) , se clasifica como Servicio de bar y recreación al local donde se sirve bebidas alcohólicas y no alcohólicas en su estado natural o en coctelería y alimentos ligeros. No incluye juegos de ningún tipo. Pueden utilizar música grabada, proyección de audiovisuales musicales o presentaciones de artistas profesionales y no puede exceder de 50 capacidades.

Museo: Lugar en que se conservan y exponen colecciones de objetos artísticos, científicos, etc. Lugar donde se exhiben objetos o curiosidades que pueden atraer el interés del público, con fines turísticos (Real Academia Española [RAE] ,2020).

Galería de Arte: Sitio destinado a la exhibición y/o venta de obras artísticas (Definición DE, 2019a).

Cine: Local o sala donde, como espectáculo, se exhiben las películas cinematográficas (RAE, 2020).

Teatro: Edificio o sitio destinado a la representación de obras dramáticas o a otros espectáculos públicos propios de la escena (RAE, 2020).

Anfiteatro: Construcción de forma ovalada, elíptica y en ocasiones circular, rodeada de graderío, en la que se celebraban espectáculos públicos (RAE, 2020).

Biblioteca: Institución cuya finalidad consiste en la adquisición, conservación, estudio y exposición de libros y documentos (RAE, 2020).

Planetario: Aparato o instalación que representa los planetas del sistema solar y reproduce los movimientos respectivos (RAE, 2020).

Cámara Oscura: produce una imagen sobre una pantalla blanca curva horizontal, a modo de mesa, situada en el centro de una habitación totalmente oscurecida, pintada de negro. La imagen proyectada es en color, muy luminosa y refleja lo que está teniendo lugar en el exterior de la torre, en ese mismo instante (Torre Tavira ,2020).

Mirador: Lugar bien situado para contemplar un paisaje o acontecimiento (RAE, 2020).

**Estadio:** Recinto con grandes dimensiones con graderías para los espectadores, destinado a competiciones deportivas (RAE, 2020).

**Sala Polivalente:** Sitio que dispone de diferentes instalaciones e infraestructuras para la práctica de disciplinas deportivas. Suele tratarse de un recinto cerrado, aunque muchas veces se incluyen áreas al aire libre. Un estadio o pabellón que resulta apto para varios deportes (Definición DE, 2019b.).

**Complejo deportivo:** Conjunto de instalaciones deportivas conexas que pueden situarse en una zona común claramente definida, pero con funcionamiento autónomo de cada una de ellas (SADEI, s.f.).

**Velódromo:** Lugar destinado para carreras en bicicleta (RAE, 2020).

**Sala de Juego:** Área de recreación, habitación con instalaciones de ocio. La sala de juegos tiene todo tipo de juegos, puede incluir una o varias mesas de billar, juegos de video, hockey de aire, fútbolín, entre otros (Word Reference, 2020).

**Campos de tenis:** Las canchas de tenis son el escenario de este deporte de raquetas y pelotas, en las que los jugadores deben golpear la bola para enviarla de un lado al otro de la red, todo siguiendo reglas establecidas que, además, definen la forma y partes de los también llamados campos de tenis (Parte De, s.f.).

**Campo de golf:** Extensión de terreno que configura un recorrido, normalmente de 18 hoyos (9+9), vinculado a unas reglas de juego para la práctica del golf (Dávila, Ramos y Millán, 2009).

**Las marinas:** Al hablar de marina se debe pensar en los tres elementos que la identifican: zona portuaria, zona inmobiliaria y club náutico, donde el usuario puede encontrar, además de un refugio y servicio para su embarcación, un atractivo recreativo turístico en la zona inmobiliaria, así como una facilidad para la práctica de los deportes en el club náutico (Maldonado, 2015).

Las marinas se proyectan buscando un ambiente recreativo y lúdico, integrando diferentes usos y servicios (Chaney, Crook y Mott, 1963).

**El buceo recreativo:** Es una actividad de ocio y turística que tiene como objetivos principales la diversión de los que la practican y el contacto del ser humano con la naturaleza. Se basa en la cooperación de los que lo practican, nunca en la competición entre ellos (ACUCBLOG, 2017).

Las principales actividades de este tipo de buceo recreativo contempladas en ACUCBLOG (2017) son: el buceo contemplativo (en arrecifes coralinos, en pared), buceo en corriente, buceo de foto y video submarino, buceo en pecios y barcos hundidos

(sin penetración), buceo en cavernas (su práctica se ejecuta a partir de aprobaciones puntuales y particulares de la Comisión Nacional de la Náutica) y buceo profundo (sin rebasar el límite máximo de profundidad permitido de 40 metros).

Parque temático: espacio cerrado (aislado del exterior y con ambiente propio), concebido en torno a uno o varios temas, organizado para una frecuentación intensiva, con vocación recreativa, que ofrece una experiencia lúdica y/o pedagógica y el disfrute ilimitado de las atracciones por un solo pago (entrada), en el cual se le presta especial cuidado a los detalles y a la calidad. Los parques temáticos suponen inversiones a gran escala (Ros, 1999 citado por Matos, 2005).

Según el nivel de complejidad, Ortiz (2010) los clasifica como:

- Ferias y exposiciones permanentes: Ferias con atracciones tradicionales con carácter temporal y pequeño tamaño.
- Parques de atracciones: Atracciones tradicionales, con alguna de última generación, basada en simuladores en la mayoría de los casos, de gran tamaño y emplazamiento fijo.
- Family Entertainment Centers: Son parques cubiertos, abiertos todo el año, cercanos a un centro urbano, donde lo que se busca atraer son familias.
- Parques temáticos tradicionales: Atracciones tradicionales adaptadas a la temática, con desarrollo narrativo, puesta en escena y entornos adaptados (inclusive el personal), espectáculos itinerantes o fijos dentro del parque de carácter teatral, desfiles, gags cómicos o demostraciones, etc. Gran tamaño, servicios de restaurante y en ocasiones adscritos a zonas turísticas con servicios hoteleros ajenos al parque.
- Resorts: Engloban parques temáticos con varias zonas (atracciones de tierra, zonas de parque acuático, atracciones de última generación), además disponen de zonas de ocio nocturnas, hoteles tematizados circunscritos al parque y propiedad de éste.

En la actualidad se han convertido en un destino específico, lo que aumenta su nivel de complejidad, atrayendo a millones de personas para disfrutar solamente de sus instalaciones y atracciones cada año.

Según Olivera (2006), el producto en general, y dentro de ello el turístico, se enfoca desde dos aristas: desde la oferta y desde la demanda, dicha demanda condicionará la oferta.

La oferta turística es el conjunto de servicios que se pueden comprar por un precio establecido para su vivencia en un lugar y tiempo determinados y que permiten disfrutar de una experiencia de viaje (Perelló, 2001).

Para que un lugar pueda participar en el mercado turístico y atraer el mayor número de visitantes, las características de su oferta turística deben ser únicas, muy especiales o suficientemente atractivas para diferenciarse o destacar sobre otros destinos (CEUPE, 2019).

La demanda turística se puede definir de dos formas: la primera como el número total de personas que viajan o desean viajar para disfrutar de facilidades turísticas y de servicios en espacios distintos al lugar de trabajo y residencia habitual, y la segunda como el consumo y los ingresos que se generan en la zona turística (Boullón, 1997).

La demanda está determinada por el perfil de los turistas que refleja sus gustos y preferencias, los cuales además, son influenciados por factores externos derivados de las grandes tendencias del turismo mundial (Secretaría de Turismo de México [SECTUR], 2002).

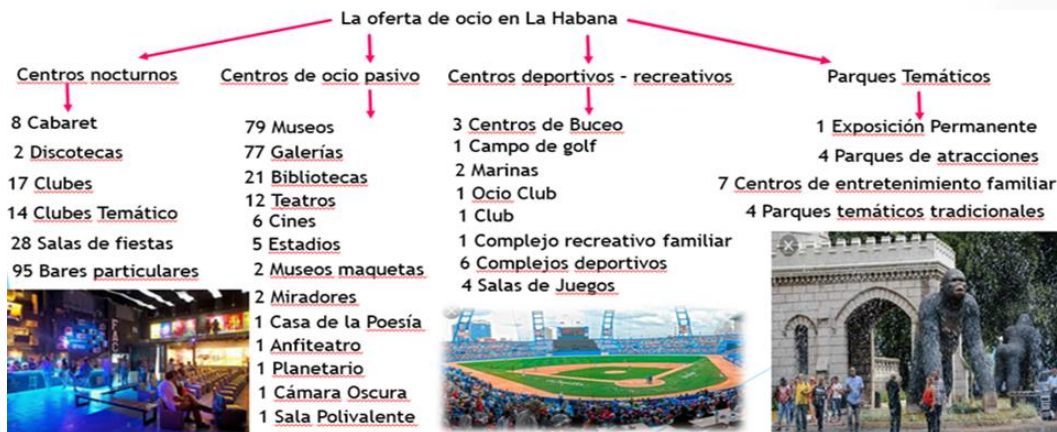
La coherencia entre la demanda y la oferta, así como la medición de la brecha que pueda existir entre ellas, se transforma en una imperiosa necesidad cuando se trata de la búsqueda del éxito en la gestión de los destinos turísticos y las empresas, especialmente, en el mercado turístico internacional. Garantizar esta coherencia supone la integración de técnicas de recogida de información valiosa sobre la evolución de la demanda, así como el análisis de las características de la oferta. Estas herramientas deben facilitar un estudio continuo por parte de cualquier organización que pretenda gestionar un destino o empresa turística, en aras de satisfacer las expectativas de los clientes y, con ello, contribuir a su desarrollo (Colectivo de autores, 2011, citado por Cueva, 2015).

Para reducir la brecha existente, se requiere la participación de especialistas en desarrollo turístico con un amplio conocimiento de las tendencias, de los gustos y preferencias actuales de los turistas, para garantizar una mayor objetividad en el análisis y una evaluación integral de los factores derivados del estudio de la oferta y demanda turística (SECTUR, 2002).

### **Resultados.**

Luego de realizar el inventario de la oferta de ocio en La Habana, se obtuvieron los siguientes resultados:

**Figura 1:** La oferta de ocio en el destino turístico La Habana



**Fuente:** Elaboración Propia (2021)

**Figura 2:** Evaluación de la oferta de ocio en el destino turístico La Habana.

Oferta de ocio de La Habana	
Indicadores	Evaluación
Diversidad	Poca
Calidad	Mala
Cantidad	Media
Autenticidad	Poca
Atractividad	Baja
Mix de Comunicación	Malo
Conceptualización de los productos	Malo

**Fuente:** Elaboración Propia (2021)

**La oferta de ocio en la habana.**

**Los centros nocturnos:**

La oferta de centros nocturnos es amplia y diversa. La mayoría de estos se encuentran ubicados en el Vedado y Playa. Muchos de los centros nocturnos estatales se encuentran envejecidos, presentan problemas de imagen, diseño y equipamiento, tales como: audio y luces, tecnología obsoleta, de innovación en las programaciones artísticas, por lo que no poseen la calidad necesaria. También presentan problemas de gestión, de comunicación y mantenimiento. Algunos de los centros estatales se mantienen comercializando gracias a la presentación de los artistas.

Cabaret: Existen 8 Cabarets, estos son: Tropicana, Parisián, Copa Room, Las Vegas, Piel Canela, Marea Baja, Guanabo Club y Guanimar.

Tropicana se ha convertido en un punto de visita obligatorio para los turista que arriban a la Isla, debido a su historia y su gran espectáculo, donde se resaltan valores identitarios, especialmente culturales, de Cuba. Además se encuentra dentro de los 3 Cabarets más famosos del mundo.

Parisién se encuentra ubicado en el Hotel Nacional de Cuba, tematizado en los años 50. Presenta propuestas escenográficas que muestran la historia musical cubana.

Las Vegas se destaca por ser un Cabaret para el segmento LGTB donde hacen presentaciones de transformistas.

Salas de Fiestas: Existen 28 salas de fiestas, destacándose las pertenecientes a Palmares como por ejemplo: Los Jardines 1830, ubicado en Calle Malecón y 22, dicho lugar, a consideración de los expertos, es el de mayor éxito y consistencia. La sala de fiesta con mayor popularidad y preferencia dentro del segmento de mercado nacional es Don Cangrejo, ubicado en la zona de Miramar, el cual llena su capacidad todos los fines de semana. Dicho lugar no es explotado al máximo, pues solo tiene actividades de jueves a sábado. Otras Salas de Fiesta que gozan de gran popularidad son el Salón Rojo del Capri y La Cecilia. La Casa de la Música de Galiano, la Casa la Música de Miramar y la Casa de la Música de Plaza, también son salas de fiesta que gozan de buena demanda dentro del mercado interno. Se caracterizan por la presentación de agrupaciones de música popularailable y espectáculos variados.

Club: Existen 17 Clubes, los cuales no son lo suficientemente atractivos para los turistas, ni cumplen con estándares de calidad, ni con los atributos de servicio. Es el mercado interno quien suele consumir estos productos. La mayoría de los Clubes existentes en la Habana pertenecen a la empresa Recreatur, como por ejemplo: El Sherezada, La Gruta y el Club Amanecer. Uno de los Clubes más reconocidos es el Club Imágenes que cuenta con monologuistas o shows divertidos, para amenizar la entrada de la noche y luego, Djs con músicaailable.

Club Temático y Café Concert: Los Clubes temáticos son una de las líneas de productos que más éxito presentan, pues la especialización permite un mayor enfoque en la satisfacción de las demandas del segmento al que está dirigido. Además, el hecho de que sea tematizado, garantiza al público una idea sobre lo que encontrará en el lugar. Existen 14 clubes temáticos cuyo tema es el Jazz, como por ejemplo, el “Jazz Club La Zorra y el Cuervo” y el “Jazz Café” con presentaciones musicales en vivo. Existen otros tematizados en la música tradicional cubana, como lo es El Buenavista Social Club y el Salón del Bolero, este último ubicado en Dos Gardenias, así como la Casa de 18, lugar donde se mantiene vivo el género del bolero. Otro de los centros donde cada noche se puede disfrutar de la música cubana es el Café Concert Gato Tuerto. Para los amantes de la música de los 60’s, 70’s existe el Submarino amarillo, club perteneciente a Artex,

donde se puede disfrutar la música de los Beatles y lo mejor de la música pop rock de los años 60's y 70's. Está contemplado entre los planes del Mintur abrir un club que lleve por tema a los Beatles. El Ritmo Café Cocodrilo, ubicado en el Vedado, perteneciente a Palmares, es conocido como club del humor por estar dedicado a las presentaciones de este tipo. Dentro de los clubes temáticos se encuentra la clasificación de piano bar. El destino cuenta con el Piano Bar Habaneciendo, ubicado en la Casa de la Música de Galiano. También existe el afamado Delirio Habanero, ubicado en el Teatro Nacional, espacio temático por géneros musicales, lugar para descargas con la mejor vista de la ciudad a la Plaza de la Revolución y espectáculos con artistas reconocidos como anfitriones. Existe además el Piano Bar El Diablo Tun Tun. Cabe mencionar que estos clubes llevan por nombre “piano bar” pero, en la práctica, no realizan las funciones ni cumplen con los requerimientos de esta subclasificación.

Discotecas: En conmemoración al 500 aniversario de la Habana, fue inaugurado el Club 500, el cual posee una discoteca que lleva por nombre Discoteca 500 Noches, además, fue reabierto la antigua y famosa discoteca Ipanema. Según J.R. Daniel (comunicación personal, 2020), dentro de los planes del MINTUR está retomar la Discoteca del Comodoro.

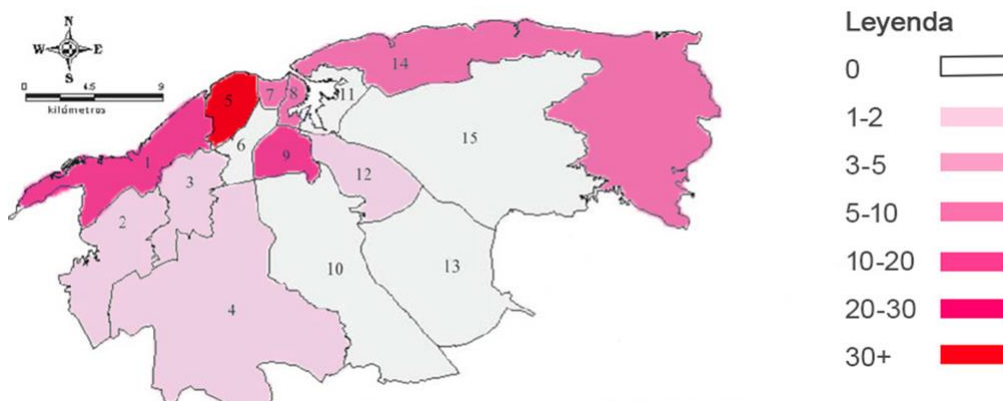
Uno de los centros nocturnos más populares es la Fábrica de Arte Cubano (FAC). Una antigua fábrica de aceite trasformada en un espacio generalista que se abre al intercambio entre las diversas manifestaciones artísticas que conviven en el mismo edificio (FAC, 2020). La FAC es un gran laboratorio de creación interdisciplinario, donde se expone lo mejor del arte contemporáneo cubano, con un marcado enfoque social y comunitario. En agosto de 2019 fue incluida en la lista de los 100 mejores lugares del mundo de la revista Time, guía anual que celebra la innovación y originalidad de destinos extraordinarios que ofrecen a los visitantes una experiencia única (cubadebate, 2019).

La Chorrera y El Fabio son ejemplos de restaurantes pertenecientes a Palmares que, por decisión estratégica, se utilizan sus espacios y funcionan como bar con animación en algunas noches.

Una oferta complementaria a los centros nocturnos estatales son los bares particulares. Estos centros, según la Resolución 12/2018 del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, de 10 de julio, Gaceta Oficial de la República de Cuba No. 35 Extraordinaria, GOC - 2018-476-EX35 (2018) son clasificados como “Servicio de Bar y Recreación”, aunque, según la propia resolución, el local, no puede exceder de 50 capacidades y la mayoría de estas instalaciones reciben un número de clientes que excede, en gran medida, a 50. Teniendo en cuenta las observaciones participativas realizadas por la autora y el criterio de la mayor parte de los especialistas entrevistados, se afirma que los bares particulares poseen ofertas más atractivas, diversas y de mejor calidad; y los trabajadores poseen mejor actitud de servicio. Al analizar las características, tipos de servicios y ofertas que

poseen estos bares privados, y teniendo en cuenta lo expresado por L. Torres (comunicación personal, 2020), se hace evidente que dichos centros pueden ser agrupados, según sus características, dentro de las 5 clasificaciones que se decretan en la Resolución 35/2002 del Ministerio de Turismo, Clasificación de los Centros Nocturnos, de 15 de julio (2002) pero no es objetivo de esta investigación clasificar dichos bares particulares, sino demostrar que forman parte de la oferta de ocio de la Habana. Según datos obtenidos de la ONAT, al cierre del mes de enero de 2020 existen 95 bares particulares en la Habana.

**Figura 3:** Cantidad de Centros Nocturnos estatales por municipio existentes en el destino La Habana



Fuente: Elaboración Propia (2021)

**Centros de ocio pasivo:**

Existen un gran número de Museos, Galerías de Arte, Cines, Teatros, Anfiteatros, Estadios, Bibliotecas y otros. En el caso de los teatros, estadios y los cines, presentan un programa poco atractivo, con escasa variedad y no es explotado el talento artístico y deportivo. Además, carecen de actividades en las que el público pueda interactuar con dichos artistas y deportistas. Para reservar y comprar tickets es necesario llegar hasta el lugar, o sea, no existe ningún proceso que facilite la reserva de entradas, lo que provoca la pérdida de interés en visitarlos.

Existen 79 museos y 2 museos maquetas, la mayor parte de ellos se encuentra ubicado en La Habana Vieja, debido a que es ahí donde se encuentra la mayor riqueza cultural e histórica de La Habana; sin embargo, son muy poco interactivos. Existen museos en todos los municipios de la Habana que son los denominados museos municipales, hay un gran número de carácter nacional como lo son el Museo de la Revolución y el Museo de Bellas Artes, este último es uno de los más notorios del Caribe y de América Latina y comprende más de 45,000 obras. El Museo Nacional de Historia Natural tiene salas dedicadas a la flora y la fauna cubanas y de otras regiones del planeta, además de muestras valiosas de arqueología, mamíferos, fósiles y minerales.



Existen muchos museos de interés turístico, como el Museo del Ron, donde se reproduce el proceso de elaboración tradicional del ron, el Museo del Tabaco y el Museo del Chocolate. Existen muchas casas que pertenecieron a grandes personalidades de la historia y ahora son conservadas como museos, ejemplo de ello es la Casa Natal de José Martí y la casa que perteneció a Ernest Hemingway; así como otros museos que conservan propiedades de grandes figuras del mundo, como el Museo Napoleónico, la Casa de Simón Bolívar, entre otros. También, el destino cuenta con el Museo del Palacio del Segundo Cabo, que se ha convertido en un sitio de referencia en la práctica museológica contemporánea en Cuba, es el único museo interactivo que hay en el país. Existen dos museos maquetas: el Museo Maqueta de La Habana Vieja, el cual alberga una maqueta a escala 1:500 de La Habana Vieja, y la Maqueta de La Habana, en Miramar, la cual es la representación en miniatura de la ciudad de La Habana y constituye una de las maquetas más grandes del mundo en su tipo.

**Galerías de Arte:** Existen 77 galerías de artes ubicadas en la Habana Vieja, debido a que es ahí donde se encuentra la mayor riqueza cultural de la ciudad. También hay galerías de arte ubicadas en la zona del Vedado y Playa. Entre las galerías de arte más famosas se encuentran el Callejón de Hamel, la galería de la Fábrica de Arte Cubano (F.A.C) y Fusterlandia.

**Cines:** la mayoría de los cines se encuentran ubicados en la zona del Vedado. Existen cines tales como el Yara (Complejo cinematográfico), el Cine Chaplin (es el cine donde suelen estrenarse las películas cubanas y realizarse las premieres, además posee una cinemateca). Existe también el Cine 23 y 12, el Cine La Rampa, el Cine Riviera, el Cine Acapulco entre otros. En el Cinematógrafo Lumièrees se exhiben películas y cortos de carácter histórico relacionados con la ciudad. Cada año se celebra el Festival del Nuevo Cine Latinoamericano, cuyo programa acoge una amplia y representativa muestra de cine contemporáneo proveniente del resto del mundo, además, se organizan encuentros y seminarios de diversos temas de interés cultural. Es considerado uno de los principales eventos del Cine de América Latina y cuenta tradicionalmente con una gran afluencia de visitantes. Los cines existentes carecen de atractividad, son cines tradicionales. No existen cines en 3D ni 4D.

**Teatros:** fueron inventariados 12 teatros, entre los más destacados se encuentra el Gran Teatro de la Habana Alicia Alonso o Gran Teatro de La Habana, el cual es un complejo cultural compuesto por varias salas de teatro, el mismo, es sede del Ballet Nacional de Cuba, del Teatro Lírico Nacional y del Ballet Español de Cuba. Otro famoso es el Teatro Karl Marx, el mayor teatro de la Isla, considerado el teatro de los grandes acontecimientos de Cuba. También se destaca el Teatro Nacional de Cuba, única institución de su tipo en la Isla, que posee dos grandes salas: la Covarrubias y la Avellaneda, ambas con excelentes condiciones acústicas y dotadas de la más moderna tecnología en iluminación, tramoya

escénica y sonido, así como de amplias facilidades de camerinos y servicios para espectáculos (vestuario, maquillaje, pirotecnia, etc.).

**Bibliotecas:** Existen bibliotecas en todos los municipios de la Habana, la mayoría de las que fueron inventariadas se encuentran ubicadas en la Habana Vieja. Algunas de ellas son bibliotecas especializadas, otras con servicios adicionales de importantes museos de la ciudad o de instituciones como La Casa de las Américas, La Alianza Francesa, el Centro de Estudios de San Juan de Letrán y la Universidad de La Habana (Biblioteca Rubén Martínez Villena). La biblioteca más conocida es la Biblioteca Nacional. Existen además bibliotecas municipales en cada municipio de la capital. Además, el Centro Cultural Casa de la Poesía es un espacio único de su tipo en Cuba, favorece el conocimiento del mencionado género literario.

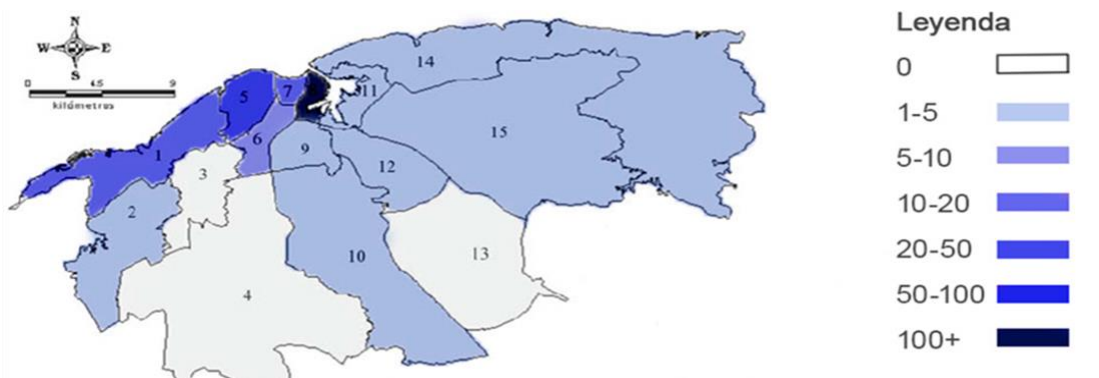
**Miradores,** tales como: el Mirador del Memorial José Martí (con una altura de 129 m, constituye el punto más alto de la ciudad, cuenta con un elevador interior de 90 metros de recorrido) y el Mirador de Faro del Morro, que cuenta con una altura de 25 metros, fue construido en 1845 en las murallas del Castillo de los Tres Reyes Magos del Morro, posteriormente fue convertido en mirador ya que constituía un atractivo. También existe la Cámara Oscura de La Habana Vieja: Periscopio situado en una torre de 35 metros, entregando vistas de la ciudad habanera con sus azoteas y su belleza arquitectónica de. A través de él, el visitante puede conocer y estar en contacto con la historia de la ciudad. Además existe el Planetario del Centro Histórico, el cual simula un viaje desde la Tierra hasta el borde visible del universo. Se pueden apreciar vistas de los planetas, estrellas y galaxias.

**Estadios:** Dentro de los estadios más importantes se encuentran: el Latinoamericano, el más grande estadio de béisbol del país, en sus ya casi 74 años sus instalaciones se han utilizado como escenario de diversos espectáculos, rodeos, bailables populares, exhibiciones de boxeo y otros acontecimientos de gran importancia, como son Series del Caribe y Nacionales. El estadio Pedro Marrero, sede del fútbol cubano, con capacidad para 28 000 personas.. Existe además el Estadio Panamericano, un estadio multiusos, inaugurado en la primavera de 1991, con capacidad para 34 000 espectadores. Se construyó exclusivamente para ser la sede principal de los XI Juegos Panamericanos, este no está siendo utilizado en todo su potencial. Existen otros como el Santiago "Changa" Mederos, , actualmente se encuentra cerrado al público y solo se alberga ahí juegos del equipo Industriales cuando el estadio Latinoamericano no puede acogerlo. El Antonio Maceo (Estadio de Hockey).

**Salas Polivalentes:** La Ciudad Deportiva es el máximo exponente del deporte cubano. En esta institución se han realizado eventos deportivos y culturales de carácter nacional e internacional de gran relevancia. Está conformada por el Coliseo, el complejo de piscinas, tabloncillo de baloncesto y voleibol, una pista de atletismo, dos terrenos de béisbol, uno

de ellos el Changa Maderos, un área de tenis de Campo y un área de cultura física. Existe la sala polivalente Ramón Fonts que ha sido escenario de múltiples eventos nacionales e internacionales, entre ellos podemos mencionar: Olimpiadas del deporte cubano y Juegos del Alba.

**Figura 4:** Cantidad de centros de ocio pasivo por municipio existentes en el destino La Habana.



Fuente: Elaboración Propia (2021)

**Centros deportivos – recreativos:**

La oferta de centros deportivos – recreativos tanto para los nacionales como los extranjeros es escasa y poco variada.

La oferta lúdica es reducida .Existe una sala en el complejo Dos Gardenias, que lleva por nombre Ciao Amigo. También existe una bolera en la Marina Hemingway, así como una Sala de Juegos en este mismo lugar y una sala de juegos en el Ocio Club Habana 500.

Existen Complejos deportivos que están subutilizados y descuidados, tales como el Complejo Deportivo Quintín Bandera y el Estadio Campo Florido y Mártires de Tarará.

Existe solamente un campo de golf: Habana Golf Club, el cual requiere de mejor atención y comercialización de la que posee.

Centros de Buceo, tales como Tarará - Mégano, Residencial Club Habana y SCUBA

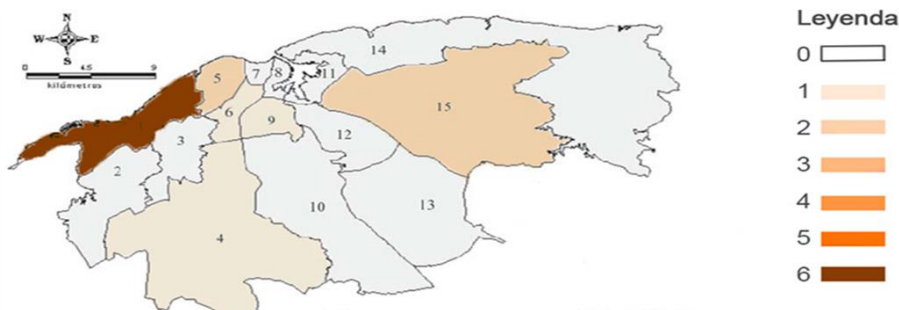
La Aguja - Marlin.

Marinas: la Marina Hemingway y la Marina Tarará.

Fueron inventariados otros productos integradores, los cuales poseen diferentes servicios y donde se pueden realizar varias actividades de ocio, como es el caso del “Ocio club Habana 500” y “La Giraldilla”, ambos productos son gestionados por la empresa Extrahotelera Palmares y se encuentran enfocados en el segmento familia .En el caso del

primero, posee la piscina con snack-bar, salas de juegos, canchas de básquet y tenis, así como una discoteca. La Giraldilla cuenta con tres restaurantes, una piscina, una cava de vino, un parque infantil y salón polivalente para actividades festivas y otros eventos.

**Figura 5:** Cantidad de centros deportivos – recreativos por municipio existentes en el destino La Habana.



Fuente: Elaboración Propia (2021)

**Parques Temáticos:**

Expocuba: Exposición Permanente de la República de Cuba en la que se muestran los logros económicos, sociales y científico-técnicos del país a visitantes nacionales y extranjeros. Cuenta con un Pabellón Central y otros múltiples.

Parques de atracciones: Existe el Parque de la Maestranza, el cual cuenta con juegos inflables y ofertas gastronómicas asequibles y el Jalisco Park. También el parque la Isla del Coco y el Parque Mariposa, este último se encuentra dentro del Parque Lenin. Todos los especialistas entrevistados coinciden en que estos parques se encuentran desatendidos, son poco atractivos, poseen muy mala calidad y no tienen ningún interés turístico.

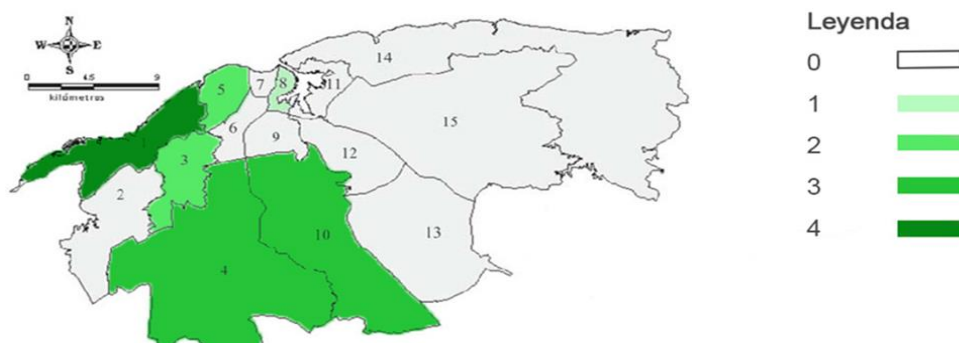
Centros de entretenimiento familiar: El Parque Metropolitano, es un proyecto inacabado, en estos momentos se percibe como una serie de espacios dispersos, cada uno con su personalidad propia. Por tal razón uno de los retos actuales consiste en lograr la necesaria unidad del conjunto, cuyo objetivo es descontaminar el río Almendares e implicar a los habitantes de la zona en el cuidado de la naturaleza. Está considerado el pulmón de La Habana e incluye 4 complejos recreativo: Parque Almendares, Los Jardines de La Tropical, Jardines de La Polar y El Parque Forestal, este último cuenta con gran popularidad en el mercado interno. También existe el Parque Lenin, es el más grande y el más antiguo.

Parques temáticos tradicionales: En el destino existen parques como el Zoológico Nacional, el cual funge como centro de investigación de animales en peligro de extinción y de reproducción en cautiverio. El Zoológico de 26 en el cual se exhiben especies de mamíferos, reptiles y aves y sirve de escenario a propuestas recreativas para los niños. El Acuario Nacional donde se ofrecen espectáculos con delfines y lobos marinos y se

exhiben animales y plantas marinas vivas de los diferentes ecosistemas de Cuba, del Mar Caribe y del Golfo de México. El Jardín Botánico Nacional muestra parte de la flora cubana y del resto de los trópicos del mundo. Además, el Parque Tecnológico Finca de los Monos posee animatronics, dentro del parque existen juegos de roles.

Según R. Martín (comunicación personal, 2020), estos parques no están suficientemente dotados de actividades lúdicas como para que sean capaces de atraer a las personas y ser visitados, poseen precios bajos, pero muchos de ellos se encuentran ubicados en lugares distantes del centro de la ciudad, lo cual dificulta las visitas a los mismos.

**Figura 6:** Cantidad de centros deportivos – recreativos por municipio existentes en el destino La Habana



Fuente: Elaboración Propia (2021)

### Gustos y preferencias de los visitantes de la habana.

Las entrevistas a los visitantes arrojaron que las principales actividades y productos que gustan consumir durante sus viajes a destinos de ciudad son:

- Recorridos por la ciudad a pie, y mediante diferentes medios de locomoción. Gustan de tener diferentes opciones de transporte para realizar recorridos por la ciudad y tomar fotos.
- Visita a bares y restaurantes, prefieren visitar aquellos que son considerados emblemáticos dentro del destino.
- Visita a Centros Nocturnos.
- Visita a museos y galerías de arte.
- Ir a la playa, la gran mayoría de los entrevistados demandan ofertas de actividades y productos en las playas, especialmente los de la náutica.
- Recibir clases y talleres de bailes tradicionales, así como talleres de pintura y artesanía.
- Asistir a eventos culturales y deportivos.

- Participar en actividades festivas en conmemoración a fechas históricas y culturales propias del destino visitado.
- Realizar actividades en lugares emblemáticos del destino, gustan de tener ofertas de productos que le permitan no solo disfrutar de lo que ven, sino también tener una participación activa en estos lugares, combinando lo contemplativo (pasivo) con lo activo.
- El segmento familia prefiere consumir productos con amplias opciones para niños, tanto para su entretenimiento como cuidado, así como espacios especializados para niños que posibilite el aprendizaje de una forma entretenida y divertida de elementos típicos del destino visitado.
- Los entrevistados pertenecientes a la comunidad LGBT<sup>7</sup>, buscan consumir productos orientados a este segmento de mercado.

Desean realizar un turismo activo, buscan conocer la cultura, la historia, la idiosincrasia del lugar, así como enrolarse en actividades típicas del destino visitado y consumir productos en los que puedan interactuar con los locales que reflejen la identidad cubana, de manera general, y la identidad de la capital en lo particular, llevándose una experiencia única y auténtica que solo puedan vivir en ese destino específico.

La mayoría de los entrevistados expresaron que, durante sus viajes a un destino específico, gustan combinarlos con la visita a otros destinos específicos, ya sea mediante excursiones y/o circuitos, optimizando así su tiempo, buscando visitar y conocer la mayor cantidad de sitios posibles en un mismo viaje. Esto queda evidenciado en el comportamiento de dichos turistas en La Habana, los cuales realizan una estancia corta en el destino y suelen combinar su viaje a la capital con otros destinos del país, como Varadero, Viñales y Trinidad; aquellos que no pernoctan en dichos destinos, al menos, intentan comprar una excursión para disfrutar de los mismos.

A continuación se mostrarán las actividades que más se realizan en el destino La Habana, ordenadas según los resultados de las entrevistas realizadas:

1. Paseos por la ciudad, especialmente en el centro histórico y el malecón.
2. Recorridos en autos clásicos.
3. Visita a bares y restaurantes, siendo los más demandados: La Guarida, San Cristóbal, Al Carbón y Doña Eutemia, además de La Bodeguita del Medio y el Floridita, por ser estos últimos íconos de la cultura cubana.

---

<sup>7</sup> Segmento LGBT también denominado Turismo Gay, comprende el desarrollo de la oferta turística dirigida al colectivo lésbico, gay, bisexual y transexual, y que se ha ido implementando en los últimos años en lugares de amplia aceptación social de la diversidad sexual. LGBT ha exteriorizado en su devenir ciertas necesidades sociales, personales y de vinculación como la aceptación y pertenencia a un grupo dentro de la sociedad misma; es allí, en la unificación de sus demandas diferenciadas, cuando se constituye como segmento de mercado (Barragán, 2017).

4. Visita a Centros Nocturnos: los más visitados son: cabaret Tropicana y Parisien, pues cuentan con alto reconocimiento internacional y están incluidos en los programas de las agencias de viajes. Además de la Fábrica de Arte Cubano (FAC) y bares de propiedad privada, tales como: Mío y Tuyo, LM y KingBar.
5. Visita a Museos: principalmente Museo de Bellas Artes, Museo de la Revolución y el Capitolio Nacional.
6. Visita a las playas de La Habana o excursión a Varadero.

Además otros de los entrevistados aseguran visitar el destino La Habana interesados en eventos, tales como: Festival de Cine Latinoamericano, Festival del Habano, Festival de Jazz, entre otros y ferias como la Feria del Libro.

También disfrutaron de otras actividades, como recorrido en la “lanchita de regla”, el cañonazo, visita a Galerías de Arte, entre otros.

Las experiencias ofertadas por el Airbnb cada vez se están haciendo más populares y consumidas por los clientes que visitan la Isla. Las experiencias que mayor interés despiertan en los visitantes son las relacionadas con clases de cocina típica cubana, las clases de salsa, recorridos por la ciudad en bicicleta y pop crawls<sup>8</sup>.

Los resultados de las entrevistas efectuadas coinciden con la investigación realizada por Abreu, Céspedes, Roche (2020), los cuales exponen las principales actividades que realizan los visitantes en La Habana.

### **Brechas existentes entre la demanda y la oferta**

Luego de realizar el inventario de la oferta de ocio en La Habana y, teniendo en cuenta los criterios de los especialistas y de los visitantes, se llega a la conclusión de que existen brechas entre dicha oferta y la demanda. El destino presenta un marcado desequilibrio entre cosas para ver y cosas para hacer, y un indudable desequilibrio entre actividad diurna y nocturna. La demanda es insuficiente y poco diversa para satisfacer las necesidades de los visitantes. Escasean los productos integrados, personalizados, productos con conceptos atractivos e integradores, donde se fundan varias modalidades turísticas en un solo producto. El Mix de la comunicación es deficiente pues, a pesar de que existen buenos productos, no son promocionados de forma adecuada y muchos visitantes, incluso locales, desconocen de su existencia. Muchos de los productos se

---

<sup>8</sup> Pop crawl (a veces llamado recorrida de bares, bar tour, bar hopping, ida de bar en bar, ir de bares, potear) es el acto de una o más personas que beben alcohol en bares o barras múltiples en una sola noche, normalmente trasladándose a pie o en transporte público para realizar consumos en cada uno de estos. Posee gran demanda en los últimos tiempos.

encuentran envejecidos y estancados, lo cual trae como consecuencia la pérdida de atraktividad.

De manera general, la mayoría de los turistas entrevistados mostraron satisfacción con el destino. Describieron a La Habana como una ciudad auténtica y maravillosa, debido a la gran riqueza cultural y al encanto de su gente; aunque, en las entrevistas realizadas a visitantes, estos manifestaron deseos que no pudieron satisfacer durante su estancia. Demandaban más actividades en las playas, en especial actividades náuticas, recibir clases de bailes tradicionales cubanos, primordialmente salsa, clases de cocina típica cubana, asistir a talleres de pintura y artesanía cubana (tejidos, esculturas con barro, madera, etc) y ampliar las opciones para recorrer la ciudad: segway , Busparties y bicicletas. Otros enfatizaron en sus expectativas acerca de las actividades desarrolladas en la ciudad relacionadas con el triunfo revolucionario cubano en vísperas de año nuevo. Algunos jóvenes plantearon que les hubiese gustado hospedarse en un PartyHostel<sup>9</sup>.

A consideración de los visitantes entrevistados el malecón habanero es monótono, comentaron que les gustaría realizar actividades de ocio en el malecón, tanto diurnas como nocturnas. También, miembros de la comunidad LGBT, expusieron su interés por consumir más productos orientados a este segmento. Los entrevistados que viajaron en familia comentaron la necesidad de ampliar las opciones para los más pequeños, así como la disposición de un espacio para dejar a sus hijos mientras ellos disfrutaban de actividades propias del destino, donde quizás los menores no puedan asistir, incluso los propios niños piden más opciones para divertirse y aprender de Cuba, a la vez que se relacionan con otros niños. Es importante destacar que la mayoría de los entrevistados hicieron énfasis en la necesidad de desarrollar actividades en contacto directo con los locales y su interés por realizar las actividades típicas del destino, también mostraron interés por contar con instalaciones que le brindaran posibilidad de aprender y practicar el idioma español. La falta de información que poseían los visitantes sobre las ofertas del destino y, específicamente, acerca de la oferta de ocio, fue la mayor inconformidad detectada mediante las entrevistas.

Al analizarlos productos de ocio, teniendo en cuenta los segmentos de mercado, se puede apreciar que la recreación está poco explotada y desarrollada, tanto para nacionales como para extranjeros. Existe reducida oferta para el segmento familia, para el segmento niño y adolescente y la tercera edad. Carece de productos para segmentos tales como: la comunidad LGTB y las personas con necesidades especiales, como los limitados físicos motores. Para el segmento de mercado que gusta de productos de aventura, deportes extremos y productos náuticos existe una oferta muy limitada. La interacción con el mar

---

<sup>9</sup>Se trata una entidad de alojamiento que se caracteriza por poseer precios bajos, pueden tener habitaciones compartidas. Tiene juegos, concursos y fiestas todos los días.



no está explotada lo suficiente en La Habana, tanto el malecón como las playas carecen de productos y actividades de ocio.

Según los especialistas, la oferta de ocio en La Habana se ha quedado rezagada con respecto a los destinos del mundo, desarrollándose con un ritmo y calidad muy diferente y deficiente.

Escasean productos que reflejen la identidad cubana y, en los cuales, el visitante pueda ponerse en contacto con los locales y realizar las actividades típicas y cotidianas que realizan los habitantes del destino, con excepción de las experiencias de Airbnb. Estos productos sí responden a las exigencias de la demanda, al poner en contacto a los visitantes con los locales, por lo que, según L. Torres (comunicación personal, 2020), cualquier nueva instalación o producto que se diseñe para turistas debe estar enfocado en aprender de la cultura local de forma activa, mediante actividades típicas y experiencias locales.

### Conclusiones.

- La Habana posee grandes potencialidades para el desarrollo de productos turísticos de ocio y para el desarrollo de las diferentes modalidades turísticas.
- Los turistas que visitan La Habana prefieren realizar un turismo activo, buscan conocer la cultura, la historia, la idiosincrasia del lugar, prefieren enrolarse en actividades típicas del destino visitado y consumir productos en los que puedan interactuar con los locales, que reflejen la identidad del destino.
- La oferta de ocio en La Habana es insuficiente, poco diversa, presenta desequilibrio entre cosas para ver y cosas para hacer y presenta desequilibrio entre actividad diurna y nocturna.
- Las principales brechas entre la oferta y la demanda estudiadas en el caso en cuestión se relacionan con actividades y productos de ocio activo, y las actividades y productos donde puedan interactuar con los locales.
- Los productos de ocio en el destino deben ser incrementados y mejorados teniendo en cuenta las preferencias de la demanda.

### Referencias bibliográficas.

Abreu, D., Céspedes, S. y Roche, A. (2020). Caracterización de la demandad del destino La Habana. Manuscrito no publicado, Departamento de Turismo. Facultad de Turismo. Universidad de La Habana, La Habana.

- Acosta, A. M. (2010). Segmentación de Mercados en el Destino Ciudad Habana: México e Italia (Tesis en opción al Título de Licenciado en Turismo). Universidad de La Habana, La Habana.
- ACUCBLOG. (2017). El buceo recreativo – Definición. Recuperado de <http://acuc.es/blog/el-buceo-recreativo-definicion/>.
- Alonso, M. (2015). Fundamentos de Marketing aplicados al sector turístico. Recuperado de <http://www.grin.com/document/293806>.
- Arce, A. (2011). Potencialidades de turismo cultural en La Habana para mercado italiano (Tesis en opción al Título de Licenciado en Turismo). Universidad de La Habana, La Habana.
- Bagarotti, R. E. (2012). Propuesta para la diversificación de la oferta turística al mercado español en el destino La Habana (Tesis en opción al Título de Licenciado en Turismo). Universidad de La Habana, La Habana.
- Barragán, L. (2017). El turismo LGBT como segmento de mercado emergente en Argentina (Tesis en opción al Título de Licenciado en Turismo). Universidad Nacional del Sur, Argentina.
- Boullón, R. (1997). Planificación del espacio turístico (3.<sup>a</sup> ed.). México: Trillas.
- Cala, N. (2012). Inventario de recursos y atractivos histórico-culturales en Miramar (Tesis en opción al Título de Licenciado en Turismo). Universidad de La Habana, La Habana.
- Carballosa, E. A. (2016). Diagnóstico del comportamiento turístico del destino La Habana en el período 2012-2015 (Tesis en opción al Título de Licenciado en Turismo). Universidad de La Habana, La Habana.
- CEUPE. (2019). Oferta Turística [Entrada blog]. Recuperado de <https://www.ceupe.com/blog/oferta-turistica.html>.
- Chaney, C., Crook, R. y Mott, A. (1963). The Modern Marina. New York: NAEBM.
- Chaviano, E. L., y Aro, Y. H. (2008). Del turismo contemplativo al turismo activo. El Periplo Sustentable, 15(1), 111-122.
- Consuegra, D. (2011). Potencialidades del mercado mexicano para el desarrollo del turismo cultural en La Habana (Tesis en opción al Título de Licenciado en Turismo). Universidad de La Habana, La Habana.

- Cubadebate. (2019). Fábrica de Arte Cubano entre los 100 mejores lugares del mundo, certifica "Time". Recuperado de <http://www.cubadebate.cu/noticias/2019/08/22/fabrica-de-arte-cubano-entre-los-100-mejores-lugares-del-mundo-certifica-time/>
- Cueva, C. (2015). Coherencia de la oferta turística de Cuba y la demanda turística estadounidense (Tesis en opción al Título de Licenciado en Turismo). Universidad de La Habana, La Habana.
- Dávila, R., Ramos, J.A., Millán C.A. (2009). Los campos de golf como actuaciones del paisaje turístico (I Taller Internacional "Paisaje y Turismo"). Escuela de Arquitectura de Málaga, España.
- Definición De. (2019a). Galería de Arte. Recuperado de <http://definicion.de/galeria-de-arte/>.
- Definición De. (2019b). Sala Polivalente. Recuperado de <http://definicion.de/sala-polivalente/>.
- Delegación del Ministerio de Turismo de La Habana (2020). Informe de Balance del año 2019. Ministerio de Turismo. La Habana, Cuba.
- Delgado, A., y Fernández, L. (2009). Monografía: Gestión de Entidades de Ocio y Recreación. La Habana: Universidad de La Habana.
- FAC. (2020). Fábrica de Arte Cubano. Recuperado de <http://www.fac.cu/>
- García, A. (2014). La imagen de La Habana en el turista francés que visita el destino (Tesis en opción al Título de Licenciado en Turismo). Universidad de La Habana, La Habana.
- González, D. (2017). Los segmentos de mercado estadounidenses, su atractividad para el destino La Habana (Tesis en opción al Título de Licenciado en Turismo). Universidad de La Habana, La Habana.
- González, L. (2015). Diseño de un Plan de Acción que contribuya a revertir la situación comercial actual del Producto Turístico Piano Bar "Habaneciendo" del Municipio Centro Habana (Tesis en opción al Título de Licenciado en Turismo). Universidad de La Habana, La Habana.
- Maldonado, L. I. (2015). Diseño de un plan de acciones para la comercialización de la Marina Náutica Tarará (Tesis en opción al Título de Licenciado en Turismo). Universidad de La Habana, La Habana.

- Matos, H. (2005). Visión general del desarrollo de los parques temáticos. Recuperado 3 enero 2018, de <http://www.gestiopolis.com/marketing2/diagnostico-del-mix-de-marketing-del-producto-spa-hicacos-cuba.htm>.
- Olivera, R. (2006). Monografía: Producto Turístico. La Habana: Universidad de La Habana
- Ortiz, J. (2010). Diseñar Propuesta de Inversión para la creación del Parque Temático Entre Vueltos y Ñapas en el Estado Bolívar por Otesum C.A. (Trabajo de Grado). Universidad Nacional Experimental Politécnica Antonio José de Sucre, Guayana.
- Partes De. (s.f.). Partes de una cancha de tenis. Recuperado de <http://partesde.com/cancha-de-tenis/>.
- Perelló, J. L. (2001). Monografía CETUR: Desarrollo y promoción de productos turísticos. La Habana: Universidad de La Habana.
- Perelló, J. L. (2018). Turismo en Cuba: mirar al futuro con habilidad estratégica y flexibilidad táctica. Recuperado 19 noviembre 2019, de <http://www.cubapossible.com/turismo-cuba-mirar-al-futuro-habilidad-estrategicaflexibilidad-tactica/>.
- Perera, A. (2019, marzo 5). Que todos los caminos conduzcan a la excelencia. Juventud Rebelde, p. 4.
- Real Academia Española. (s.f.). Diccionario de la lengua española (23.ª ed.). Recuperado de <http://www.rae.es/rae.html>.
- Resolución 12/2018 del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, de 10 de julio ,Gaceta Oficial de la República de Cuba No. 35 Extraordinaria, GOC -2018-476-EX35 (2018)
- Resolución 35/2002 del Ministerio de Turismo, Clasificación de los Centros Nocturnos, de 15 de julio (2002)Rodríguez, L. (2017). Plan Estratégico del Destino Turístico La Habana (Tesis en opción al Título de Licenciado en Turismo). Universidad de La Habana, La Habana.
- SADEI. (s.f.). Cultura, deporte y tiempo libre. Recuperado 3 diciembre 2019, de <http://www.sadei.es/datos/indicetematico/cuadros/17/00/170002Aa.pdf>
- SECTUR. (2002). Como desarrollar productos turísticos competitivos. México: SECTUR.

- Sagarra, N. (2014). Análisis de la competitividad de La Habana como destino turístico (Tesis en opción al Título de Licenciado en Turismo). Universidad de La Habana, La Habana.
- Torre Tavira. (2020). Torre Tavira Cámara Oscura. Recuperado de <https://www.torretavira.com/que-es-una-camara-oscura/>
- Vega, L. (2011). Caracterización y desempeño de Ciudad de La Habana como destino turístico (Tesis en opción al Título de Licenciado en Turismo). Universidad de La Habana, La Habana.
- Word Reference. (2020). Game Room. Recuperado de <https://www.wordreference.com/es/translation.asp>.



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



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



#### Indexaciones

