



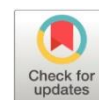


# Diagnóstico de la situación de la distribución comercial de los alojamientos turísticos privados del Consejo Popular Vedado, en vista a un escenario post COVID-19

*Diagnostic of the situation of commercial distribution of the private touristic accommodation in Vedado Popular Council, in view of a post-COVID-19 scenario*

- <sup>1</sup> Daniela Vidal Díaz  <https://orcid.org/0000-0003-1015-0849>  
Universidad de La Habana, Facultad de Turismo, Profesora en adiestramiento. La Habana, Cuba  
[daniela.vidal@ftur.uh.cu](mailto:daniela.vidal@ftur.uh.cu)
- <sup>2</sup> Sergio Valdivia Izquierdo  <https://orcid.org/0000-0003-4171-4854>  
Universidad de La Habana, Facultad de Turismo, Profesor instructor. La Habana, Cuba  
[sergio.valdivia@ftur.uh.cu](mailto:sergio.valdivia@ftur.uh.cu)
- <sup>3</sup> Antonio Díaz Medina   
Universidad de La Habana, Facultad de Turismo, Profesor auxiliar. La Habana, Cuba  
[tonydmsrxi@gmail.com](mailto:tonydmsrxi@gmail.com)
- <sup>4</sup> Dayana Vidal Díaz  <https://orcid.org/0000-0002-2781-1378>  
Agencia Cubana de Noticias, Realizadora Audiovisual. La Habana, Cuba  
[dvd@acn.cu](mailto:dvd@acn.cu)



## Artículo de Investigación Científica y Tecnológica

Enviado: 21/02/2022

Revisado: 23/03/2022

Aceptado: 07/04/2022

Publicado: 24/05/2022

DOI: <https://doi.org/10.33262/exploradordigital.v6i2.2169>

## Cítese:

Vidal Díaz, D., Valdivia Izquierdo, S., Díaz Medina, A., & Vidal Díaz, D. (2022). Diagnóstico de la situación de la distribución comercial de los alojamientos turísticos privados del Consejo Popular Vedado, en vista a un escenario post COVID-19. Explorador Digital, 6(2), 182-198. <https://doi.org/10.33262/exploradordigital.v6i2.2169>



**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 Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 International. Copia de la licencia: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>.

**Palabras****claves:**

*distribución  
comercial; Bed  
and Breakfast;  
diagnóstico;  
Vedado; post  
COVID-19*

**Keywords:**

*commercial  
distribution;  
bed and  
breakfast;  
diagnostic;  
Vedado; post  
COVID-19*

**Resumen**

Los Bed and Breakfast se han convertido en una tipología de alojamiento cada vez más popular entre los viajeros que no desean permanecer en hoteles convencionales y buscan compartir las costumbres locales, en el caso de Cuba se les conoce como alojamientos privados. Para el sistema turístico del Consejo Popular Vedado esta alternativa de hospedaje ha cobrado un gran auge durante los últimos años contribuyendo a diversificar la oferta alojativa del país, no obstante, hace ya más de un año la situación de este sector ha sido compleja por el impacto de la pandemia de la COVID-19. Por tanto, el objetivo de la presente investigación fue diagnosticar la situación de la distribución comercial de los alojamientos privados en el Vedado en vista a un escenario post COVID-19. Para dar cumplimiento al mismo se desarrolló un amplio trabajo de campo que conllevó a la aplicación de técnicas de investigación, tales como encuestas a arrendadores y entrevistas a expertos del tema, lo que permitió dilucidar la situación de la distribución comercial de los alojamientos privados del territorio objeto de estudio.

**Abstract**

Bed and Breakfast has become an increasingly popular type of accommodation among travelers who do not wish to stay in conventional hotels and seek to share local customs, in the case of Cuba they are known as private accommodation. For the tourism system of the Vedado Popular Council, this accommodation alternative had a great boom in recent years, helping to diversify the country's accommodation offer, however, for more than a year now, the situation in this sector has been complex due to the impact of the COVID-19 pandemic. Therefore, it was necessary to diagnose the situation of the commercial distribution of private accommodation in Vedado in view of a post-COVID-19 scenario. To fulfill this objective, extensive field work was carried out that led to the application of questionnaires to hosts and interviews with experts on the subject, which allowed elucidating the situation of the commercial distribution of private accommodation in the territory under study.

## Introducción

Desde la última década del pasado siglo, el turismo en Cuba se ha desarrollado en condiciones muy complejas: en medio de una profunda crisis económica, una campaña publicitaria mundial desfavorable, fuertes restricciones al comercio y los viajes y la aprobación de las leyes Torricelli y Helms-Burton. A partir de junio del 2019, el reforzamiento del bloqueo y de las restricciones de viajes de los estadounidenses a Cuba incluyen: la prohibición de transacciones financieras con más de doscientas entidades estatales; retirada de funcionarios de la embajada estadounidense en La Habana; acusaciones sobre supuestos “ataques sónicos” selectivos con alertas sobre peligros de viajar a la Isla unido al fuerte arreciamiento del bloqueo, por lo que más de diez compañías hoteleras extranjeras y agencias de viajes internacionales han recibido amenazas sobre demandas, fenómenos que han incidido de manera directa en el ritmo de crecimiento del turismo (Perelló, 2019).

Pese a las circunstancias anteriores, la actualización del modelo económico de Cuba ha conllevado a la diversificación de formas de gestión del sector turístico cubano, a su vez este último, ha aprovechado las capacidades individuales y colectivas para generar emprendimientos que se extienden a diversos sectores a lo largo de la geografía nacional (Chávez, Mustelier, Beatón, & Conde, 2019). Para el país, resulta imprescindible el encadenamiento de servicios con el sector privado, lo cual aportará al producto el valor agregado que hará la diferencia y enriquecerá la experiencia de cada turista que llegue a la Isla o a los clientes domésticos (Díaz, 2020). En Cuba, según palabras del Ministro de Turismo durante la Feria Internacional de Turismo: "hay un solo turismo donde confluyen tanto las entidades estatales como el sector privado" (Delgado, 2016, p. 1).

Una muestra de lo expresado con anterioridad en el ámbito de alojamiento, se evidencia en los llamados Bed and Breakfast (B&B) los cuales se caracterizan por un ambiente familiar y hogareño, por lo que es usual que los dueños del (B&B) vivan en el mismo inmueble. Este tipo de alojamiento suele ser frecuentado por turistas que desean viajar de forma económica o disfrutar la experiencia más apegados a la idiosincrasia del destino desde la convivencia con sus habitantes (López, 2019). En el caso de Cuba, estos tipos de alojamiento son conocidos como "alojamientos no estatales" o "casas particulares". Su gran desarrollo y popularidad a nivel mundial se ha visto influenciado por el uso de las llamadas Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (TICs), como las plataformas para las reservas en diferentes sitios de internet, así mismo las redes sociales, que de forma indirecta se han convertido en fuentes de información y promoción turística (Rosales, 2018).

El sector de alojamiento privado en los últimos tiempos había ido logrando una visibilidad y posicionamiento cada vez más eficaz en sus públicos de interés en medio

de una relativa competencia basada en la diferenciación de las ofertas de sus productos y servicios de valor añadido. La paralización del sector en diferentes momentos y la restricción de los viajes por la COVID-19 impactaron negativamente en dicho sector y sus consecuencias de naturaleza diversa y con diferentes grados de afectación son patrimonio del conocimiento vívido de sus actores (Espinosa, 2020).

Este nuevo escenario incidió de manera adversa, no solo en el sector de los servicios hoteleros estatales los cuales se apresuraron a implementar procedimientos elevados de seguridad e higiene en las semanas y meses posteriores a la primera declaración de la pandemia, unido al mejoramiento de las nuevas tecnologías, en especial las redes sociales en los hoteles, aeropuertos y otros lugares, a donde acuden personas con sus móviles y portátiles para compartir descanso con productividad como hace referencia (Campos, 2021); sino también en los complementarios de esa esfera desempeñados por el arrendamiento privado de habitaciones en todo el territorio nacional. Debido a esta situación el Ministro de economía de Cuba precisó que: "Los efectos del arreciamiento del bloqueo y la pandemia sobre la actividad económica en general, y en particular, sobre el sector por cuenta propia, es realmente fuerte. Es un punto de partida que hay que tener en cuenta y un escenario que no está superado" (Cubadebate, 2021).

Existe la necesidad de soluciones y novedosos estudios vinculados a la actividad turística de estos negocios en vista a un escenario post COVID-19 para que los actores involucrados puedan mantenerse competitivos ante la profunda crisis que azota al mundo y al país en la actualidad. A tales efectos, el presente trabajo tiene como objetivo diagnosticar la situación de la distribución comercial de los alojamientos turísticos privados del Consejo Popular Vedado en vista a un escenario post COVID-19. La estructura de este estudio incluye un breve acercamiento al panorama de los alojamientos turísticos privados del Consejo Vedado, la descripción de los principios metodológicos que rigen la investigación de origen y la síntesis de los resultados obtenidos a partir de la aplicación de las herramientas de obtención de información.

### **Los Alojamientos turísticos privados del Consejo Popular Vedado**

El alquiler de habitaciones es actualmente una alternativa importante en el sistema turístico del Vedado, de acuerdo con MTSS (2020), de los 924 negocios de arrendamiento turísticos existentes en Plaza de la Revolución al cierre del 2020 (Ver Tabla 1), el consejo Vedado es el segundo consejo en poseer mayor cantidad de casas particulares luego del consejo Rampa, a su vez estos territorios coinciden con las principales zonas de desarrollo turístico delimitadas en La Habana por el MINTUR teniendo en cuenta la concentración de sus recursos y atractivos turísticos.

**Tabla 1.**

Cantidad de alojamientos turísticos privados por Consejo Populares de Plaza de la Revolución al cierre del 2020.

Consejos	Cantidad de alojamientos turísticos privados
Carmelo	115
Colón	50
Plaza	20
Príncipe	87
Puentes Grandes	64
Rampa	210
Vedado-Malecón	75
Vedado	122

**Fuente:** Elaboración propia a partir de datos de MTSS (2020).

En cuanto a los tipos de alojamientos turísticos en el Vedado, cabe destacar que están presentes distintas clasificaciones, y es que además de los B&B, también se encuentran los hostales que son concebidos como un alojamiento de menor categoría que un hotel, en varios casos con un significativo confort y lujo en las instalaciones que comprenden distintas habitaciones y empleados profesionales que trabajan por salarios, estándares de servicio, de manera semejante a un hotel; además, muchos de estos establecimientos cuentan con diversos espacios de esparcimiento como: restaurantes, piscina y bares.

Además de los tipos de alojamientos mencionados, existe la modalidad de alquilar la casa entera, donde los huéspedes disponen de todo el alojamiento para ellos solos, por lo general, esto incluye una habitación, un baño y una cocina, aunque estas dos últimas modalidades de hospedaje carecen del ambiente familiar hogareño, debido a que no se convive con la familia, son seleccionados por variados de los turistas que llegan a hospedarse en este consejo, no obstante, constan investigaciones sobre el alquiler privado en Cuba que confirman el alto interés del turista por pernoctar en casas, ya que el 89% de los visitantes están dispuestos a repetir y recomendar este tipo de alojamiento por su calidad, eficiencia, rapidez y profesionalidad (Pérez, Pullés, & Pérez, 2016).

Las casas particulares cuentan con la posibilidad de ofrecer servicios adicionales como desayuno, cena y servicio de lavandería; en algunos casos se vinculan las estancias con clases de idioma y baile, así como excursiones (Pérez, 2021). Los precios de los (B&B) suelen ser más económicos que los de las cadenas hoteleras ya que son más pequeños y los servicios ofrecidos son más personalizados (Chávez, Mustelier, Beatón, & Conde, 2019). Las zonas donde se localizan los B&B en el Vedado son seguras para los clientes, por lo general las casas poseen un buen estado constructivo y están rodeadas

por infraestructuras que permiten el desarrollo de la actividad turística por parte de sus visitantes.

Cabe destacar, que el alojamiento turístico en casas está muy disperso en el territorio. Sin embargo, la densidad habitacional turística en los edificios residenciales demuestra que hay más cerca del mar (al norte de la calle Línea y al este de la Avenida de los Presidentes). Con referencia a lo anterior, esto se debe principalmente a que los edificios más altos se ubican en estos sectores y el mar junto a la importante dispersión de centros nocturnos, bares y restaurantes constituyen un atractivo importante en la zona. Tal es el caso de la avenida G y la calle Paseo, donde a pesar de contener vías urbanas altamente jerarquizadas, sus edificios principales son utilizados como instituciones gubernamentales o embajadas lo que resulta en una disponibilidad limitada de edificios residenciales dentro de la zona, del mismo modo que la primera manzana hacia el mar está ocupada principalmente por hoteles e instalaciones recreativas o deportivas (Baldoquin, Guzmán, Couret, & Mesa, 2020).

La convivencia de los clientes con los arrendadores y los servicios complementarios ofertados en este tipo de alojamiento, constituyen algunas de las peculiaridades y a la vez atractivos que pueden contribuir de manera sustancial a la promoción de los atractivos del destino Cuba. De manera tal que la alianza entre el sector de alojamiento privado con el sector estatal resulte tan necesaria para diversificar el producto turístico cubano desde la complementariedad de ofertas, en la que ninguno de los actores perjudica al otro como afirman los autores Pérez (2013) y Cartaya (2014) sino que ambos aportan elementos distintivos a la oferta alojativa del país.

### **La Distribución Comercial de los alojamientos turísticos privados en Cuba**

Los alojamientos turísticos privados en Cuba pueden ser contratados por AA. VV del destino, a partir de la aprobación por el Ministerio de Turismo de la Resolución 145 del 2013, de manera que AA. VV como: Cubatur S.A, Havanatur S.A, Gaviota Tours S.A, Ecotur S.A y Cubanacán S.A han concertado contratos con las viviendas, insertándolas en los paquetes turísticos que ofertan a los visitantes (López, 2014). Estas contrataciones han sido dirigidas fundamentalmente a aquellos arrendadores que combinan alta calidad con precios favorables para el mercado y son capaces de aportar novedad o elementos típicos de las costumbres cubanas.

Los B&B han aprovechado certeramente las posibilidades de Internet y de las tecnologías para de esta manera incentivar su promoción. En este sentido, contar con un sitio web propio del negocio les permite a los prestatarios crear una experiencia interactiva para con sus huéspedes. Las redes sociales se perfilan como otra de las herramientas utilizadas por los alojamientos privados, aunque en muchos casos como plataformas para la comunicación promocional.

Cabe señalar, que un gran número de Bed and Breakfast, al integrarse a plataformas de alojamiento, ponen en manos de las mismas la gestión de su promoción y distribución, tanto offline como online. Según Noval (2018), estas plataformas poseen directorios en línea que no son más que sitios web que se especializan en la presentación de listados de B&B en las mismas áreas donde operan. Estos directorios recopilan información detallada del negocio (descripciones y fotos) y muestran un enlace con la propia web del negocio para la reserva directa. Adicionalmente, muchos arrendadores utilizan las recomendaciones de sus clientes como principal vía de comunicación para comercializar y distribuir sus servicios.

Además de los canales de distribución e intermediarios mencionados, debido al aumento del arribo de turistas y la creciente demanda de alojamientos en el sector privado en el país, se propició la aprobación de la actividad de gestores de alojamientos como licencia de trabajador por cuenta propia. Los gestores de alojamiento trabajan a partir de solicitudes específicas de sus clientes desde su propia página web, con contactos con agencias extranjeras con representación en Cuba o con emisoras, u otros métodos, ofreciendo un servicio personalizado, sobre la base de la confianza (López, 2019).

La utilización de muchos de los canales e intermediarios expuestos con anterioridad ha contribuido a que este sector de alojamiento pueda contar con las vías necesarias y en muchas ocasiones eficaces para incrementar el arribo de los turistas a su negocio; ser un producto cada vez más demandado por los foráneos.

### **Metodología**

Para el desarrollo de la presente investigación se realizó el estudio de diversas metodologías de diagnóstico empleadas en aras de solucionar problemas existentes con respecto al proceso de distribución comercial en el ámbito empresarial y de las AA.VV. A partir de las metodologías consultadas, se adoptaron pasos comunes a la propuesta metodológica de Peraza, Flores, & González (2021) y se adicionaron otros de acuerdo al objeto de estudio de la investigación en cuestión, lo que permitió realizar el diagnóstico de la distribución comercial de los B&B del consejo Vedado en vista a un escenario post COVID-19.

### **Métodos y técnicas utilizados en la investigación:**

#### **Métodos empíricos**

- Análisis bibliográfico: resultó necesario para la elaboración del marco teórico, la caracterización del objeto de estudio y la discusión de los resultados de la investigación.

- Observación directa y no participativa: Facilitó el acercamiento empírico a los diferentes alojamientos turísticos privados en la localidad estudiada para conocer las condiciones con las que cuentan estos negocios para volver a emprender su actividad turística; de un modo directo, pero sin ser el observador parte del grupo observado.
- Entrevista individual-semiestructurada: Se aplicó de manera intencionada al jefe de epidemiología de Plaza de la Revolución y a gestor de alojamiento privado del Consejo Popular Vedado.
- Encuesta: Se utilizó para conocer un conjunto de variables relacionadas a la situación del proceso de distribución comercial de los alojamientos turísticos privados del consejo Vedado, la población objeto de estudio estuvo constituida por las 122 casas particulares que brindan servicios de alojamiento turístico privado en moneda libremente convertible, en el territorio. Como marco para seleccionar la población se empleó la base de datos de los arrendadores en divisa del Ministerio de Trabajo y Seguridad Social (MTSS), del municipio Plaza de la Revolución disponible en diciembre del 2020. La muestra seleccionada fue de manera intencional constituida por 45 arrendadores de B&B del Vedado y a partir de un muestreo no probabilístico por conveniencia a partir de distintos criterios de selección, se aplicó el cuestionario.

### **Método de Medición**

- Estadística Descriptiva: Se empleó para organizar e interpretar la información derivada de los instrumentos utilizados en la investigación buscando su mejor comprensión, para ello fue utilizado el Software estadístico SPSS 28 (2021).

### **Resultados de las técnicas de recogida de la información empleadas**

Como parte de las principales características de los arrendadores encuestados en el consejo Vedado, se constató que existe un predominio del sexo femenino (55,6%), con respecto al sexo masculino (44,4%). En cuanto a la edad, los resultados arrojaron que la edad promedio (media) de los arrendadores fue de 53 años, la moda fue de 61 años y los valores extremos fueron de 21 y 77 años.

Respecto al nivel de escolaridad que poseen los dueños del este tipo de negocio, se constató que el 73,3% del total de arrendadores son universitarios y el 26,7% tienen bachiller como nivel de enseñanza vencido; resultando no tener ninguno de ellos niveles inferiores a los mencionados como: primaria, secundaria y técnico medio. Ello denota un alto nivel educativo y preparación en los dueños que ejercen esta actividad por cuenta propia.



De acuerdo con los resultados obtenidos el 48,9% de los arrendadores que conforman la muestra llevan realizando esta actividad por más de 16 años; siendo la moda y el rango de tiempo más representativo. El rango menos representativo fue el de menos de 3 años con tan solo 1 arrendador. En el rango de 4-6 años se encuentran el 22,2% de la muestra; y entre los rangos de 7-9 años y de 10-15 años pertenecen el 13,3% de los arrendadores respectivamente. Demuestra lo anterior, la elevada experiencia que poseen los arrendadores de este consejo ejerciendo esta actividad, así como la influencia del arrendamiento durante ya varios años.

En cuanto al ofrecimiento de servicios complementarios como parte de la actividad de alojamiento, se constató que el 64,4% de los arrendadores afirmaron brindar estos servicios en su negocio, mientras que el 35,6% de estos prestatarios manifestó lo contrario. Lo que manifiesta que la mayoría de los alojamientos no solo se limitan al arrendamiento de habitaciones, sino que añaden valor a sus negocios a través de otros servicios de interés o necesidad para los clientes.

Respecto a la situación actual de la actividad de arrendamiento, se obtuvo que al 57,8% de los arrendadores les va muy mal, resultando ser este el aspecto más reincidente para la muestra seleccionada; el 13,3% manifestó que le va mal, el 17,8% regular; y en una muy reducida proporción; el 4,4% manifestó que le va bien y el 6,7% muy bien respectivamente. Cabe destacar que como principal causa de la muy mala situación que impera en este sector a juicio de los dueños de estos hospedajes, predomina la falta de turismo por el impacto de la pandemia de la COVID-19 durante más de un año.

En relación con la muy mala situación predominante en la actividad de alojamiento privado, se obtuvo que el 66,7% de los arrendadores encuestados no han recibido turistas durante el tiempo de pandemia, mientras que un 33,3% manifestó haber recibido clientes fundamentalmente estudiantes extranjeros que se encuentran cursando carreras en el país. Lo anterior refuerza el difícil contexto por el que atraviesa este sector, producto de las restricciones impuestas por la pandemia que han generado el aislamiento, la cancelación de los vuelos y restricción de movilidad, provocando la escasa afluencia turística habitual para los B&B.

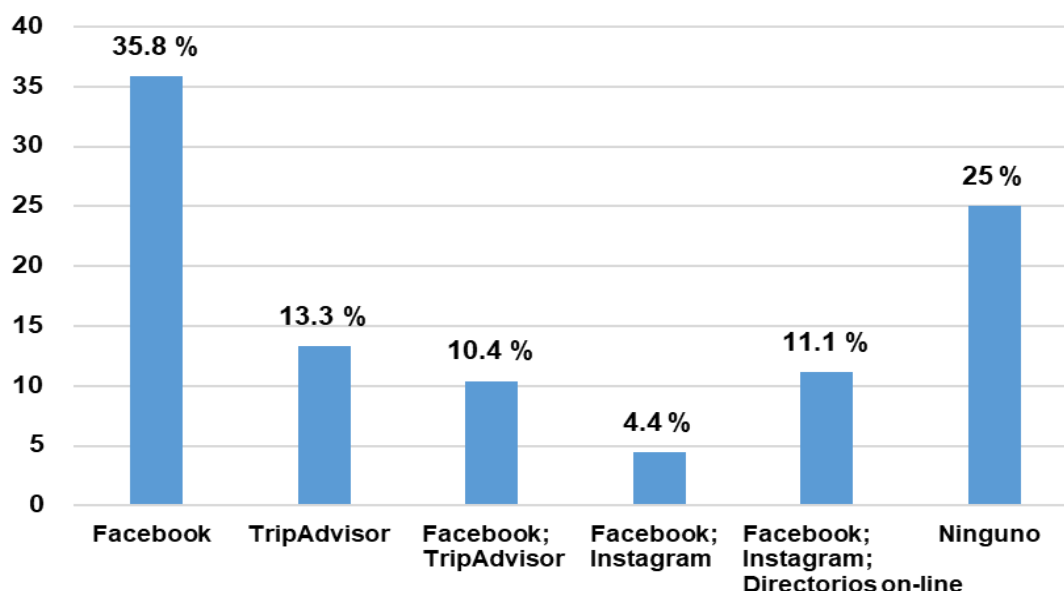
En cuanto al nivel de conectividad y tecnologías de la información y las comunicaciones necesarias para el desarrollo del negocio de arrendamiento, el 73,3% de los arrendadores manifestaron que sí cuentan con la conectividad y tecnologías necesarias; mientras el 26,7% expresó lo contrario. De este modo se refleja que, si bien existe un avance tecnológico notorio para la gestión de estos negocios, todavía persisten trabas que dificultan que la mayoría tenga fácil acceso a Internet ya sea por los elevados precios o la calidad de la red.

En referencia a si los arrendadores de esta tipología de alojamiento poseen un sitio web propio para la promoción de su alojamiento o como canal de reserva, se obtuvo como resultado que solo tienen sitio web propio el 28,9% de la muestra; pues el 71,1% de los arrendadores no posee. Este elemento muestra la escasa utilización por parte de los arrendadores de una vía de promoción y venta directa de los alojamientos turísticos privados, como son los sitios web propios que permiten estimular la demanda turística del alojamiento.

La investigación arrojó que el 75% de los arrendadores seleccionados del consejo Vedado tienen creadas cuentas de su hospedaje en redes sociales, mientras el 25% de ellos no poseen. En relación con estos resultados se obtuvo que, el 35,8% utiliza solo Facebook; siendo esta la de mayor predominio, el 13,3% solo TripAdvisor, mientras el 25,9% de los arrendadores utilizan más de una, entre las que se encuentran: Facebook, TripAdvisor, Directorios on-line e Instagram. De manera tal que se evidencia una importante utilización y predominio de las redes sociales en los B&B de este territorio a partir de la muestra estudiada (Ver Figura 1).

**Figura 1.**

Redes Sociales utilizadas por los B&amp;B.



**Fuente:** Elaboración propia a partir del cuestionario aplicado.

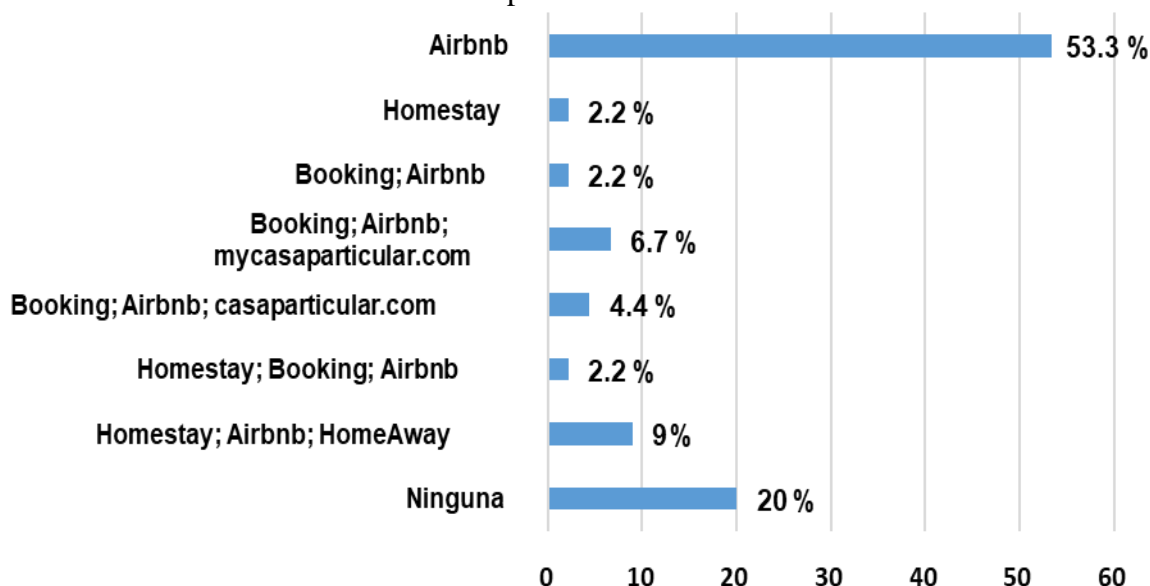
Por otro lado, la aplicación del cuestionario arrojó como resultado en cuanto a la utilización de agencias de viajes online (OTAs) y plataformas de alojamiento para la comercialización del negocio, que el 20% de los prestatarios prescinde de su utilización, mientras el 80% restante utiliza al menos una de ellas, lo que quedó

evidenciado en que: el 53,3% de los arrendadores utiliza únicamente Airbnb, el 2,2% emplea Homestay, mientras el 24,4% de la muestra usa más de uno de estos canales en su distribución, donde además de los mencionados anteriormente prevalecen otros como: Booking, HomeAway, casaparticular.com y mycasaparticular.com(Ver Figura 2).

Lo expresado anteriormente evidencia la notable utilización y preferencia de canales de distribución online por parte de los arrendadores de este consejo, destacándose el predominio de Airbnb en el producto de alojamiento privado en este territorio en relación con los demás canales empleados. Además, cabe señalar que los prestatarios que no utilizan ninguna de estas vías fundamentan que no les hace falta, pues mantienen una buena repitencia de sus clientes, al mismo tiempo que por medios de otros propietarios de alojamientos a través del "boca a boca" y las recomendaciones de los turistas, reciben clientes con gran regularidad.

**Figura 2.**

Agencias de viajes online y plataformas utilizadas por los alojamientos turísticos privados.

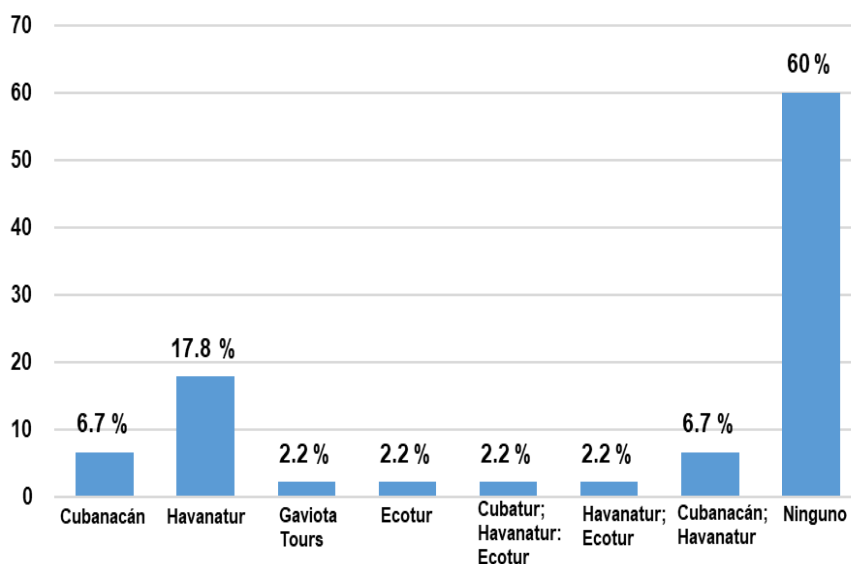


**Fuente:** Elaboración propia a partir del cuestionario aplicado.

Con respecto a la utilización de las agencias de viajes receptoras del país autorizadas como intermediario del producto turístico de alojamiento privado, se obtuvo que el 40% de los arrendadores encuestados mantienen contratos con agencias, mientras que el 60% no posee este tipo de vínculos con las agencias de viajes facultadas para esta actividad, evidenciándose de este modo una escasa utilización de este canal e insuficiente alianza entre ambos sectores en el consejo Vedado.

**Figura 3.**

Agencias de Viajes que mantienen contrato con los arrendadores de los alojamientos turísticos privado.



**Fuente:** Elaboración propia a partir del cuestionario aplicado.

En relación con el elemento expuesto anteriormente, de los arrendadores que sí utilizan las agencias de viajes como intermediario, predomina la contratación con la agencia Havanatur, pues mantiene contrato con el 17,8% de los arrendadores, el 6,7% con Cubanacán, y en una menor proporción contemplada por el 2,2% de los arrendadores conservan contrato con las agencias Ecotur y Gaviota Tours respectivamente. Además, existen casos representados por el 11,1% de los arrendadores que poseen contratos múltiples con diversas de las agencias mencionadas con anterioridad (Ver Figura 3).

La aplicación de los cuestionarios permitió conocer que, de la muestra de arrendadores seleccionada, solo el 39,8% utiliza gestores de alojamiento como intermediario para su negocio de B&B, mientras que el 60,2% prescinde de su utilización. De esta manera se continúa manifestando mayor preferencia a los canales de distribución online en relación con otros tipos de intermediarios comerciales para el desarrollo de esta actividad.

Cabe destacar que el 66,7% de los arrendadores encuestados gestionan los canales de distribución y redes sociales del negocio en función de estimular el arribo de turistas, mientras el 33,3% no lo hace. Ello manifiesta la autonomía que han adquirido los arrendadores de este territorio con el avance de las tecnologías y el manejo de las mismas como vías facilitadoras para hacer llegar el producto al cliente y del mismo modo contribuir a su promoción.

Según lo mencionado en la entrevista por Luis E. Morera, epidemiólogo de Plaza de la Revolución, con el propósito de capacitar e informar a todos los arrendadores de alojamientos turísticos privado del consejo, se realizaron sesiones de trabajo unos meses después de que la pandemia impactó en el país, en los cines Trianón, Riviera, 23 y 12 y Acapulco respectivamente, con la finalidad de dar a conocer todas las medidas que se tomarían ante este nuevo contexto para el sector y cuál deberían ser las pautas higiénicas y preventivas a tener en cuenta.

Adicionalmente, a través del cuestionario se pudo conocer que entre las principales preocupaciones que muestran los arrendadores sobre la proyección futura de su negocio, una vez la situación epidémica se normalice se destacan: la incertidumbre con respecto al flujo de turistas que tenían antes del año 2020; las consecuencias del fuerte arreciamiento del bloqueo de los Estados Unidos; la severa crisis económica por la que atraviesa el país que ha generado el desabastecimiento conjuntamente con los altos precios, además de la carencia de insumos básicos para el desenvolvimiento fructífero de esta actividad por cuenta propia.

De igual modo se constató que el 88,9% de la muestra seleccionada siente una notable incertidumbre sobre cómo será el futuro desenvolvimiento de los canales de distribución a los que se encuentra inscrito, debido a tantos meses de paralización a causa de la situación que la pandemia ha generado, donde aún no se puede dilucidar el final de la crisis sanitaria y cómo será la nueva normalidad<sup>1</sup> para el contexto turístico.

En base a las condiciones necesarias que deben poseer estos alojamientos para retomar sus negocios, el 80% de los arrendadores encuestados expresó contar con las condiciones pertinentes para poder desarrollar su actividad, mientras el 20% afirmó lo contrario, haciendo énfasis en que ha existido deterioro en los alojamientos debido a la carencia de recursos y al prolongado tiempo transcurrido sin actividad.

Se evidenció que ante un escenario post COVID-19, el 66,7% de los arrendadores considera que la actividad de alojamiento tiene muchas oportunidades para prosperar, el 17,8% cree que no prosperará y el 15,6% afirmó no tener criterio al respecto. En relación con ello, en la entrevista realizada a Tony Díaz Medina, gestor de alojamiento, se constató que el futuro desenvolvimiento de la actividad turística de los B&B dependerá de la rigurosidad y efectividad de la puesta en práctica de los protocolos sanitarios, pues para muchos clientes esta es una variante de alojamiento que puede ofrecer mayor seguridad ante la COVID-19 y sus variantes. Sin embargo, la oferta de B&B podría disminuir por la negativa de volver a operar de los arrendadores que no

---

<sup>1</sup> Implica la incorporación de nuevos estilos de vida que favorezcan la salud personal y colectiva. El reto de modificar e incorporar nuevos comportamientos exige mayor autocuidado y responsabilidad (MEP, 2020).

poseen todas las condiciones de seguridad para su familia y el visitante frente a la pandemia.

### Conclusiones

- Los Bed and Breakfast son actualmente una alternativa importante para el sistema turístico del Vedado, constituyen una significativa vía de sustento económico para gran parte de los prestatarios, además se evidencia un alto nivel educativo y elevada experiencia en los dueños de esta actividad que no solo se limitan al arrendamiento de habitaciones, sino que añaden valor a sus negocios a través de otros servicios complementarios para los clientes.
- A partir del diagnóstico realizado de la distribución comercial de los B&B en el consejo Vedado quedó evidenciado que, si bien la actividad de este sector por cuenta propia ha estado profundamente afectada por la restricciones impuestas por la COVID-19 y las condiciones económicas en que se encuentra el país que ha impactado de manera notoria y adversa a este sector, resulta relevante el poder de adaptación, gestión y utilización por parte de los arrendadores de los canales de distribución a su alcance, tanto para distribuir como para promocionar sus negocios.
- Se evidenció la notable utilización y preferencia de canales de distribución online, destacándose el predominio de Airbnb en el producto de alojamiento turístico privado en este territorio en relación con los demás canales empleados.
- El impacto de la pandemia de la COVID-19, ha propiciado la reducción del flujo turístico hacia los B&B a través de los canales de distribución.
- En vista a un escenario post COVID-19, la gran mayoría de los arrendadores poseen las condiciones necesarias para emprender la actividad de alojamiento, aunque, existe por parte de estos una marcada incertidumbre sobre cómo será la "Nueva Normalidad" para el contexto turístico y el futuro desenvolvimiento de los canales de distribución a los que pertenecen.

### Referencias Bibliográficas

Baldoquin, N. C., Guzmán, L. A., Couret, D. G., & Mesa, K. M. (2020). Urban tourism - The impact of tourist accommodation in residential buildings at Vedado, Cuba. *Interamerican Journal of Environment and Tourism*, 16(1), 35-48. Recuperado de: <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-235X2020000100035>.

Campos, R. (2021). Las nuevas tendencias hoteleras y la Covid-19. *Prensa Latina*, La Habana. Recuperado de: <https://www.prensa-latina.cu/index.php?o=rn&id=425934&SEO=lasnuevastendencias-hoteleras-y-la-covid-19>.

- Cartaya, C. C. (2014). Flujo de información destino-cliente a través de los alojamientos privados. El caso de Plaza de la Revolución. Trabajo de Diploma en opción al título de Licenciado en Turismo. La Habana: Universidad de La Habana, Facultad de Turismo.
- Chávez, M. E., Mustelier, L. C., Beatón, M. O., & Conde, L. P. (2019). Emprendimientos Turísticos: realidades y desafíos para Cuba. *Economía y Desarrollo*, 161(1), 1-20. Recuperado de: <http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci>.
- Cubadebate. (9 de febrero de 2021). *¿Cuáles son las nuevas disposiciones para el trabajo por cuenta propia en Cuba?* Obtenido de <http://www.cubadebate.cu/noticias/2021/02/09/cuales-son-las-nuevas-disposiciones-para-el-trabajo-por-cuenta-propia-en-cuba-video/>
- Delgado, S. (5 de Mayo de 2016). Apostar por el turismo es invertir en plaza segura. Entrevista a José Daniel Alonso, Director de Negocios. Periódico Granma. pág. 1.
- Díaz, A. (30 de agosto de 2020). *Post pandemia y turismo en Cuba*. Obtenido de Cubarte: <http://cubarte.cult.cu/revista-temas/post-pandemia-y-turismo-en-cuba/>
- Espinosa, D. P. (14 de mayo de 2020). *Sector privado y turismo cubano en etapa post covid-19*. Obtenido de <https://www.ipscuba.net/economia/sector-privado-y-turismo-cubano-en-etapa-post-covid-19/>
- López, D. (2014). Estrategia para la Gestión de la Innovación en la Gerencia de Hoteles Habaguanex. Trabajo de Diploma en opción al Título de Licenciado en Turismo. La Habana: Universidad de La Habana. Facultad de Turismo.
- López, S. M. (2019). Diagnóstico de los impactos de la operación de AirBnB en el sector de alojamiento turístico y distribución en el municipio Playa. Trabajo de diploma en opción al título de Licenciado en Turismo. La Habana: Universidad de la Habana: Facultad de Turismo.
- MEP. (9 de Octubre de 2020). *Estilos de vida para convivir en la nueva normalidad*. Recuperado el 3 de Febrero de 2022, de Ministerio de Economía y Planificación: <https://www.mep.gob.cu/es/noticia/estilos-de-vida-para-convivir-en-la-nueva-normalidad>
- Noval, R. R. (2018). Propuesta de acciones para la mejora de la distribución electrónica de alojamientos no estatales en el municipio Plaza de la Revolución. Trabajo de diploma en opción de Licenciado en Turismo. La Habana: Universidad de la Habana: Facultad de Turismo.

- Peraza, B. d., Flores, Y. H., & González, M. R. (2021). Propuesta metodológica de diagnóstico de los sistemas de distribución comercial en las agencias de viajes. *Revista internacional de turismo, empresa y territorio*, 5(1), 57-74. Recuperado de: <https://doi.org/10.21071/riturem.v5i1.13426>.
- Perelló, J. L. (20 de noviembre de 2019). *Turismo en Cuba: nuevos retos y estrategias*. . Obtenido de <https://www.excelenciascuba.com/turismo/turismo-en-cuba-nuevos-retos-y-estrategias>
- Pérez, L. (25 de diciembre de 2013). *Trabajo por cuenta propia en Cuba: Con más expansión en el 2013*. Obtenido de <http://www.cubasi.cu/cubasi-noticias-cuba-mundo-ultimahora/item/24173-trabajo-por-cuenta-propia-en-cuba-con-mas-expansion-en-el2013>
- Pérez, M. (20 de abril de 2021). *Diferencias y semejanzas entre servicios de un B&B y un hotel*. Obtenido de <http://molinoiramala.com/diferencias-y-semejanzas-entre-servicios-de-un-bb-y-un-hotel/>
- Pérez, Y. S., Pullés, D. C., & Pérez, V. F. (agosto de 2016). Entrepreneurship: Cuban perspective on the creation of family businesses. *European Research on Management and Business Economics*, 22(2), 70-77. Recuperado de: <https://doi.org/10.1016/j.iedee.2015.10.008>.
- Rosales, A. V. (23 de julio de 2018). *Tendencia del consumidor comercial para el producto turístico*. Obtenido de <https://revistas.udg.co.cu/index.php/redel/article/view/136>



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**.

