**DISEÑO DEL PRODUCTO TURÍSTICO “MEDICINA ALTERNATIVA EN CIENFUEGOS”**

DESIGN OF THE TOURIST PRODUCT "ALTERNATIVE MEDICINE IN CIENFUEGOS

MSc. Raúl O. Palmero Berberena, Especialista de Calidad Empresa Provincial de Acopio Cienfuegos, Profesor Asistente de la UCF “Carlos Rafael Rodríguez”, correo: [raulpb1206@gmail.com](mailto:raulpb1206@gmail.com)

MSc. Kenia A. Hernández Gómez, Profesora principal del CCT de Cienfuegos, correo: [khernandez@ehtcf.tur.cu](mailto:khernandez@ehtcf.tur.cu)

**RESUMEN**

En Cuba se utilizan las potencialidades de la rica biodiversidad, altamente endémica, y la sabiduría popular en aras de la salud pública. Ejemplo de ello es el Vidatox-30CH (medicamento para el tratamiento de varios tipos de cáncer a partir del veneno de un alacrán endémico cubano) que se produce solo en Cienfuegos. Otro ejemplo importante es la finca de Plantas Medicinales “Gallego Otero”, aledaña al Consejo Popular La Sierrita, vinculado a un proyecto de desarrollo local gubernamental. Esta finca cuenta, además, con un proyecto comunitario de más de diez años promoviendo el conocimiento y utilización de la medicina popular tradicional y el cuidado del medio ambiente.

Estos recursos fueron aprovechados para el diseño de un producto turístico que contribuye a diversificar la oferta actual en el destino Cienfuegos y que da respuesta a una necesidad insatisfecha de varios sectores del mercado. Según estadísticas comerciales del año 2019, existen demandas de ofertas turísticas sostenibles; fuera de los circuitos turísticos tradicionales, para aliviar su sobrecarga. El producto diseñado está adaptado, también, a los requerimientos de bioseguridad de la Covid-19 y fue validado por expertos y grupos de familiarización de especialistas y comercializadores del territorio.

**Palabras claves:** Turismo, producto turístico, medicina alternativa.

**Abstract**

In Cuba, the potentials of the rich endemic bio-diversity and the popular wisdom are used for public health. An example of this of this is Vidatox-30CH (medication used for cancer treatment based on the Cuban endemic scorpion) which is produced only in Cienfuegos as well as The Medicinal Plant Farm “Gallego Otero” close to “La Sierrita” town, located in a governmental project of local development. The farm, in addition, has a Community Project aged more than ten years promoting knowledge and use of traditional popular medicine y environmental care. These resources were used for the design of a tourist product which contribute to diversify the present offer in the Cienfuegos destiny a provides a reply to the unsatisfied need of various market sectors. Regarding commercial statistics from 2019 demanded sustainable tourist offers are demanded outside traditional tourist circuits for releasing their burden. The designed product is adapted also for the requirements of anti-Covid bio-security and was validated by experts and familiarization groups of specialists as well by territorial traders.

**Key Words:** Tourism, tourist product, alternative medicine.

**INTRODUCCIÓN**

La mayor crisis de la historia del turismo está ya en su segundo año. La humanidad enfrenta una emergencia sanitaria, social y económica sin precedentes y el turismo se encuentran entre los sectores más afectados con los aviones en tierra, los hoteles cerrados y restricciones de viaje en prácticamente todos los países del mundo; muestra de ello es que:

Entre enero y mayo de 2021, las llegadas de turistas internacionales fueron un 85% inferior a las de 2019 (y 65% inferior a las de 2020). A pesar de un pequeño repunte en mayo, la aparición de nuevas variantes de COVID-19 y la constante imposición de restricciones han hecho que el turismo interno esté recuperándose a un ritmo superior al de los viajes internacionales. La región de las Américas (-72%) experimentó un descenso comparativamente menor a otras regiones. (OMT, 2021, p. 6)

En un reciente informe, relacionados con el impacto de la pandemia en el sector, la OMT (2021) expresa que el turismo internacional está remontando lentamente, aunque la recuperación es muy frágil y desigual. La creciente preocupación por la variante Delta del virus ha llevado a varios países a reintroducir medidas restrictivas. Además, la volatilidad y la falta de información clara sobre los requisitos de entrada podrían incidir sobre la reanudación de los viajes internacionales durante la temporada de verano del hemisferio norte. No obstante, los programas de vacunación en todo el mundo, junto con la moderación de las restricciones para los viajeros vacunados y el uso de herramientas digitales contribuyen a la normalización gradual de los viajes.

La propuesta aquí presentada puede ser clasificada como turismo científico, ya que trata de involucrar y entretener en forma directa a las personas con el estudio del mundo natural, les permite conocer lugares y atractivos relacionados con las ciencias o con los personajes que han formado parte de la historia y han generado un legado al mundo.

El uso de elementos naturales para el tratamiento de ciertas dolencias es milenario. Muchas de estas prácticas surgen del conocimiento popular y se han ganado el respeto de la medicina tradicional. Las opcionales relacionadas con curanderos, chamanes y otros elementos relacionados con la medicina popular o alternativa de los países americanos son populares.

Cuba es conocida en el mundo entero por sus potencialidades en el uso de la medicina tradicional, la cual se ha apropiado de ciertos elementos de la naturaleza para la confección de medicamentos. Asimismo también existen personas con amplia sabiduría sobre la utilidad de la rica variedad de plantas del país, la cual presenta un elevado por ciento de endemismo. Estos sabios populares son consultados por muchas personas, en paralelo con la medicina tradicional.

El informe de balance del año 2019 de la Oficina de Información Turística (Infotur) en Cienfuegos refleja que el 42,7% de los turistas que arriban al destino tienen como motivo de viaje la cultura dentro de la que se recoge el conocimiento científico. Esta estadística no incluye a los clientes que arriban en Cruceros al territorio y es este segmento del mercado el de mayor crecimiento en los últimos años. Por su parte la Agencia de Viajes Havanatur, principal receptor de Cruceristas en Cienfuegos, reporta que una de las principales demandas de este tipo de cliente es el producto cultural. Este tipo de clientes además necesita opcionales fuera de los circuitos turísticos tradicionales, pues a veces coinciden más de 600 clientes al mismo tiempo en el centro histórico lo que supone una sobrecarga del espacio.

Cienfuegos posee una gran variedad de recursos naturales y culturales que tienen un alto potencial para el desarrollo turístico. El turismo alternativo se puede desarrollar aquí con base en la diversidad biológica y cultural. En el territorio existen potencialidades para opcionales únicas en áreas fuera de los circuitos turísticos tradicionales, por lo que es necesario la identificación, conocimiento y la evaluación de recursos fundamentales para, a partir de ahí, planificar su desarrollo.

**Situación problemática**

La oferta actual de turismo cultural y sus similares en el destino Cienfuegos está potencialmente dirigido a las artes y no a la cultura popular tradicional o científica, lo que demuestra el poco aprovechamiento del potencial del territorio y la necesidad de mejorar la oferta con nuevos productos en este orden. Existe además el requerimiento de desarrollar una oferta asequible fuera de los circuitos turísticos tradicionales del territorio para aliviar la sobrecarga de los mismos.

La existencia de diversos atractivos de la cultura popular y científica como son la producción del Vidatox-30CH (medicamento para el tratamiento de varios tipos de cáncer a partir del veneno de un alacrán endémico cubano), y el Museo Sitio de Plantas Medicinales Gallego Otero, aledaño al Consejo Popular La Sierrita, en Cumanayagua, invita a reflexionar acerca de las potencialidades que posee el territorio y que no son utilizadas desde el punto de vista turístico. Es por ello que se propone el siguiente:

**Objetivo general**

* Diseñar la opcional turística de turismo científico sobre medicina alternativa en Cienfuegos.

**Materiales y métodos:**

Desde el punto de vista metodológico, la investigación se clasifica como cualitativa con carácter descriptivo.

Se trabajó a través de métodos tanto del nivel teórico, el análisis y síntesis, la inducción – deducción, el análisis lógico –histórico, así como métodos del nivel empírico, la revisión bibliográfica y el análisis documental, la observación directa, el trabajo de campo, entrevistas diferenciadas, encuestas y otros.

**Impacto**

El diseño de un producto turístico relacionado con la medicina alternativa en Cienfuegos, con base en una metodología científicamente fundamentada, enriquece la oferta de productos turísticos del destino. De igual manera contribuye al aprovechamiento de importantes recursos inexplotados en el territorio. Además, brinda posibilidades para el desarrollo de la comunidad local y da respuesta a la demanda insatisfecha del mercado interno e internacional. Al mismo tiempo que sus ofertas pueden erigirse en motivo de viaje de un gran número de clientes desde el exterior. De igual forma involucra a sectores de la gastronomía, el alojamiento y la recreación, por solo citar ejemplos.

**MARCO TEÓRICO. ELEMENTOS ESENCIALES ACERCA DEL TURISMO Y SU MODALIDAD DE TURISMO CIENTÍFICO**

**Los recursos turísticos**

Los recursos turísticos, según Martín (2009), son aquellos elementos del medio geográfico que se utilizan para disfrutar de los viajes en un destino específico. Cuando se convierten en atracciones, constituyen la causa principal para que los turistas visiten a un destino. En este sentido el desarrollo de la ciencia, también puede constituir un recurso turístico.

González (2004) define el turismo científico como un “complemento del ecoturismo, atrae investigadores motivados por el aprendizaje, la experimentación y el descubrimiento gracias a la ciencia y a los viajes en ambientes naturales donde pueden realizar sus investigaciones” (González, 2004, p. 31). Uno de los puntos comunes entre las diversas formas de turismo científico es la búsqueda de sentido y de justificación durante la movilidad turística.

Si el turismo es una actividad económica que tiende hacia la conservación de los atractivos naturales y culturales, la forma idónea de manejar estos atractivos sería de una manera sustentable. La sostenibilidad turística no escapa a las condiciones básicas de sostenibilidad ecológica, económica y ambiental sin importar el tipo de turismo que se maneje -ecoturismo, turismo de negocios, turismo residencial o cualquier otro-, depende del enfoque que se le dé a la actividad o el tipo de turista que se desee captar.

La sostenibilidad no está orientada simplemente a la conservación de la naturaleza, es una propuesta mucho más integral que puede ser adaptada y aplicada al manejo de cualquier actividad del ser humano. La OMT aporta la siguiente definición:

“Turismo sostenible es el que atiende a las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras y al mismo tiempo protege y fomenta las oportunidades para el futuro. Se concibe como una vía hacia la gestión de todos los recursos de forma que puedan satisfacerse las necesidades económicas, sociales y estéticas, respetando al mismo tiempo la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas que sostienen la vida” (OMT, 2013, p.22).

Por tanto, el turismo científico permite innovar y fortalecer un desarrollo turístico diferenciador; para ello, existen territorios en donde se pueden realizar investigaciones que impulsen el turismo, y este a la vez, puede apoyar el trabajo científico.

**El producto turístico**

La literatura refleja diversos conceptos de producto turístico por lo que se hace un análisis de los principales autores a fin de llegar a una clasificación propia que sirva al objeto de la comercialización y el desarrollo. La explicación de los recursos y atractivos conducen a la convicción de que su identificación es imprescindible pero insuficiente para proveer formas de captación de flujos turísticos. Se requiere convertir a los recursos en productos y luego en ofertas, capaces de ser vendidas a los clientes. Para que se genere un gasto turístico debe existir un producto turístico y una oferta turística, comprable y vendible.

Son muchas las definiciones dadas al concepto de "producto turístico", a los efectos de esta investigación se asume la aportado por el autor Funcia et al (2009) quien expresa: “Es la oferta de bienes y servicios mediante un conjunto de componentes que lo integran como son: -atractivos, actividades, servicios y equipamientos. Propiciado por la existencia de infraestructuras y servicios generales, así como de organización y gestión del turismo, para el logro del objetivo de satisfacer las necesidades intereses y deseos del cliente (turista), debe lograr que su oferta, motive su compra y logre sostenibilidad”.

**Desarrollo y lanzamiento de nuevos productos turísticos.**

El desarrollo de nuevos productos, a consideración del autor Serra (2002), es un proceso secuencial que empieza con la generación de ideas y finaliza con la comercialización definitiva del producto o servicio turístico. Se trata de un proceso largo y complejo: se afirma repetidamente que el desarrollo de un nuevo producto implica un diez por ciento de inspiración y un noventa por ciento de transpiración. En términos generales, aquellas empresas turísticas que han establecido procesos formales para el desarrollo de nuevos productos han tenido más éxito que aquellas que los han lanzado al mercado por intuición.

**Diseño del producto turístico científico**

El turismo científico trata de involucrar y entretener en forma directa a las personas con el estudio del mundo natural, permite conocer lugares y atractivos que tengan relación con las ciencias o con los personajes que han formado parte de la historia y han generado un legado al mundo. Si bien todavía es un campo en desarrollo, muchos países que son competidores de Cuba como destinos turísticos hoy hacen una nueva apuesta hacia un rubro del turismo que entrega no solo la certeza de vivir una gran experiencia, sino también entretención y, más importante aún, conocimientos de la mano de un experto que genera una significativa contribución al país y al mundo.

En sentido general el objetivo de la mejora y diseño de productos turísticos como parte de la actividad turística, no es solo satisfacer clientes, sino también contribuir dentro de la actividad socioeconómica de un territorio al incremento de los ingresos y fomento y rescate del patrimonio, en aras de mejorar la calidad de vida de su población, según Funcia et al (2009).

**Metodología para la mejora o diseño de productos turísticos y su comercialización.**

La metodología para la mejora o diseño de productos turísticos y su comercialización de Funcia et al (2009), comprende cinco etapas (Determinar Oportunidades, Estructurar el Producto, Proceso de Prestación, Precio -Viabilidad y Distribución - Comunicación) estructuradas en forma de sistema entre sí e internamente cada una de ellas, y una sexta etapa de Evaluación, que está presente en las cinco anteriores y de forma general. A los efectos de esta investigación se asume la metodología que ofrece el autor Funcia et al (2009), al considerar su grado de cientificidad y actualidad, así como sus especificaciones y posibilidades de aplicación.

**APLICACIÓN DE LA METODOLOGÍA MEPROTUR EN EL DISEÑO DE LA OPCIONAL TURÍSTICA DE TURISMO CIENTIFICO “MEDICINA ALTERNATIVA EN CIENFUEGOS”.**

Para cumplir con la evaluación de cada etapa del diseño, se aplicó la encuesta propuesta por la metodología seleccionada a 15 especialistas del territorio, escogidos por su experiencia en la actividad turística. Este procedimiento se aplicó para valorar los resultados de cada paso del proceso de diseño.

**Primera etapa: Determinar oportunidades**

**Demanda del mercado**

En el destino Cienfuegos

En la primera etapa de la metodología seleccionada está comprendido el análisis del mercado turístico. En el contexto actual se encuentra ante un escenario cambiante en el que el impacto de la pandemia puede reforzar ciertas tendencias de consumo. Los turistas que escogen el turismo científico generalmente provienen de países desarrollados, son personas con una alta educación académica y potencial económico, generalmente de los 30 años en adelante. Los mercados más importantes son: Estados Unidos que constituye el primer mercado emisor de Cruceristas al destino Cienfuegos; Alemania de donde viajan principalmente personas mayores de 45 años que se caracterizan por tener una formación profesional e ingresos por encima del promedio; Francia con un promedio de edad por visitantes entre los 25-56 años de edad, con alta representación de la población femenina; Reino Unido con visitantes generalmente mayores de 25 y menores de 60 años, existe ligeramente mayoría de hombres y sus ingresos son medios y altos; Italia cuyos turistas oscilan entre los 25-45 años, con un poder adquisitivo de medio a bajo.

Por su parte la oferta de productos culturales es desarrollada por las Agencias de Viaje Havanatur, Cubanacán y Paradiso. Estas incluyen recorridos de ciudad, recorridos por la bahía, visita a atractivos fuera del municipio cabecera como Jobero Verde. Sin embargo no existen opcionales de turismo científico por lo que los competidores directos son pocos, si se valoran como producto genéricos que se ofertan a un mismo mercado turístico, lo que determina que la rivalidad entre ellos sea baja, otro aspecto a valorar es que en cada sitio existen atractivos diferentes que atenúan la competencia.

A partir del estudio de los apartados anteriores (Demanda del mercado, Oferta de producto y Competidores) se definen las siguientes oportunidades para el desarrollo del nuevo producto Medicina Alternativa en Cienfuegos:

* Existe una demanda de mercado insatisfecha y poco atendida en el mercado turístico nacional e internacional, cada vez con mayor interés por el disfrute de este tipo de producto.
* Existencia en el destino de una gran variedad de recursos culturales con un alto potencial para el desarrollo turístico y la puesta en uso turístico de este recurso incrementará la oferta actual del turismo cultural en el destino y contribuye a su diversificación.
* La rivalidad competitiva es baja en los momentos actuales, lo que facilita la aplicación de estrategias de posicionamiento en el mercado.

Concluida la primera etapa se consulta a los especialistas, se le aplica el cuestionario previsto y se miden las variables: Contribución a incentivo de arribos y satisfacción de las necesidades de los clientes. Las mismas fueron procesadas mediante el paquete estadístico SPSS con resultados satisfactorios.

**Segunda etapa: Estructurar el producto**

Entre las potencialidades identificadas está el Museo Sitio de Plantas Medicinales Gallego Otero, en el Consejo Popular La Sierrita del municipio Cumanayagua. Este sitio propicia la biodiversidad, al favorecer la convivencia de estas junto a otras variedades, y una rica fauna silvestre en un ecosistema conservado. Además de proteger el medio ambiente, allí aseguran la reproducción de especies de plantas medicinales y se provee de ejemplares a otras parcelas del país con vistas a la obtención de fitofármacos, a la par que promueve estas prácticas en la comunidad. Asimismo el proyecto tiene un alto impacto comunitario ya que promueven las prácticas de la farmacopea popular en las escuelas y las comunidades con los proyectos para la creación de huertos caseros y patios de referencia.

Otra potencialidad del territorio en este sentido es la producción de Vidatox-30CH (gotas sublinguales), una alternativa terapéutica en la oncología obtenida del veneno del escorpión azul *“Rophalorus Junceus*”, endémico de Cuba. Este medicamento tiene un efecto analgésico, antiinflamatorio y antitumoral con una alta eficacia, sin interacciones medicamentosas o contraindicaciones. Acciones para el registro del medicamento, en su primera presentación homeopática, se han desarrollado en más de 15 países, entre ellos, Brasil, Colombia, Chile, Guatemala, El Salvador, México, Uruguay, España, Italia, Francia, Gran Bretaña, Albania, Argentina, Vietnam y China.

Ambos atractivos son accesibles con carreteras en buen estado y es viable para todo tipo de vehículos. La autenticidad por su parte está garantizada, pues cuentan con evidentes atractivos que son únicos de la región. Son lugares de escaso uso turístico y poco frecuentados por el público general. Se pueden realizar actividades complementarias como la observación de flora y fauna, intercambio con los gestores del museo y la comunidad La Sierrita para ver impacto comunitario del proyecto. Recorrido por la Universidad Médica de Cienfuegos (UCMC) y sus instalaciones además de refrigerio y almuerzo en el Club Cienfuegos en la ciudad.

El análisis de los atributos tales como la geomorfología de la zona, el macro y micro paisaje, la accesibilidad, el acondicionamiento, las condiciones del entorno, las mínimas necesidades de acondicionamiento y la cuantificación de los atractivos dieron como resultado que, la valoración cualitativa fuera buena. Se aplicó un instrumento a 9 personas conocedoras del lugar orientadas a evaluar la singularidad, atractivo y estado de conservación, así como los comentarios esenciales que sobre el recurso tenían. Se aplicó la escala de *Likert* y los resultados confirman que la opcional “Medicina alternativa en Cienfuegos” constituye una oportunidad única de gran singularidad en el territorio.

Se definió como objetivo del producto poner en uso turístico la opcional “Medicina alternativa en Cienfuegos” a través de la oferta de un producto de turismo científico que diversifique la oferta turística del territorio. Para cumplimentar este paso, se realiza una tormenta de ideas con la participación del grupo de especialistas seleccionados previamente y las ideas que prevalecen en el debate se detallan a continuación.

**Nombre del producto:** “Medicina alternativa en Cienfuegos

**Atractivos y actividades:** La opcional puede ser vendida como pasadía por los agencias de viajes, en ese caso la hora de salida de la ciudad de Cienfuegos será a las 9:00 am, la llegada al Museo Sitio de Plantas Medicinales Gallego Otero, a 10:00 am donde será recibidos por un guía local el cual los invitará a una bebida natural y les explicará las características fundamentales del sitio y del recorrido a realizar. A las 10:15 am comenzarán una caminata de alrededor de cuarenta y cinco minutos.

Durante el trayecto el guía facilitará la observación de la flora y la fauna circundante, también podrá contar las leyendas relacionadas con la zona. Una vez concluido el recorrido se retornará al centro de recepción de visitantes y se les ofrecerá una infusión de hierbas medicinales y frutan naturales. El retorno a la ciudad será a las 11:00 am. El almuerzo se prevé entre las 12:00 pm y la 1:00 pm y se ofrecerá en el cualquiera de las instalaciones de la ciudad de Cienfuegos, particularmente se recomienda el Club Cienfuegos. A la 1:15 pm se trasladarán a la UCMC a donde arribarán a la 1:30 pm. Una vez allí se los conducirá al teatro de la misma que hará las veces de centro de recepción de visitantes donde se les explicará las generalidades de la institución y las particularidades del recorrido a realizar. A las 1:45 pm se dirigirán al laboratorio de Labiofam, lo que permitirá apreciar las áreas comunes y deportivas, la residencia estudiantil y varios laboratorios. Una vez en los laboratorios de Labiofam se dividirá el grupo en dos. Una parte accederá al laboratorio de confección del medicamento y la otra al criadero de alacranes donde se guardan, alimentan y ordeñan los animales. Este recorrido deberá comenzar a las 2:00 pm y debe durar 20 minutos para cada subgrupo.

Al finalizar ese recorrido los subgrupos se intercambiarán de tal modo que todos los visitantes puedan observar todas las fases del proceso. A las 3:00 pm se reunirá el grupo para un intercambio con los especialistas del laboratorio en una instalación cercana conocida como La Casa del Estudiante que posee un pequeño auditorio. En este lugar se podrán realizar las preguntas pertinentes y comprar el medicamento Vidatox-30CH si los visitantes lo desean. Este intercambio durará 15 minutos. A las 3:15 pm los visitantes retornarán a los ómnibus o maxus y volverán a su alojamiento o al puerto.

**Mix de servicios:** Los servicios principales están centrados en lavisita a centros de gestión e investigación de la medicina alternativa y popular de la región con prestigio en la comunidad científica y en el pueblo. Intercambio con especialistas y la comunidad. Estarán acompañados por servicios secundarios como el disfrute de infusión y frutas en el Museo Sitio de Plantas Medicinales Gallego Otero y almuerzo en una de las instalaciones de la ciudad. Guía especializado, transportación terrestre y acceso a la compra del Vidatox-30CH.

**Tercera etapa: Proceso de prestación**

El Museo Sitio de Plantas Medicinales “Gallego Otero” está ubicado a 40 kilómetros de la capital provincial. Se llega por la carretera de acceso desde la comunidad La Sierrita preparada para todo tipo de vehículos. La Universidad Médica de Cienfuegos tiene buenos accesos también así como lugares de aparcamiento. Se sugiere que los servicios de transporte que requiere el producto en el destino se asuman por TRANSTUR o CUBATAXI o por otro transportista contratado por las Agencias de Viaje. Fuera de garantizar el confort y la seguridad de los clientes, no existen exigencias técnicas para los vehículos.

Los visitantes pueden alojarse en la amplia planta hotelera y casas de alquiler de la ciudad de Cienfuegos. Para el servicio de restauración se recomienda el Club Cienfuegos por la aceptación que tiene en los visitantes y la cercanía a la UCMC. Se sugiere que la oferta se realice a base de recetas típicas la cultura culinaria de la localidad, con una carta menú donde predominen los platos marineros. Se garantizarán los equipos e infraestructuras que permitan viabilizar con la mayor celeridad posible la materialización del producto. Al concluir la tercera etapa se consulta a los especialistas y se le aplica el cuestionario propuesto por la metodología en la que se miden cuatro variables, factibilidad, carácter diferenciador, orden cronológico de los aspectos y personal necesario. Las mismas fueron procesadas mediante el paquete estadístico SPSS, se obtienen resultados satisfactorios.

**Cuarta etapa: Precio - viabilidad medio ambiental**

Para definir las cotizaciones se confeccionó un inventario que incluye todos los prestatarios, los servicios que ofrecen y el costo de cada servicio. El cálculo económico se realizó mediante el Sistema de Fijación de Precios establecido por el MFP para las Agencias de Viaje. Se definió como estrategias de fijación de precios la aplicación de una política de precios basada en los costos y una política de diferenciación de precios por cantidad de pax y para las Agencias de Viajes que comercialicen el producto. Se establece una comisión de un 25% del costo como ganancia. Para la comercialización en el Buró de Venta de otras Agencias de Viajes se oferta a precio público con un 15 % de beneficio para los vendedores y para su inclusión en los productos de recorrido de dichas entidades, se oferta a precio neto.

Concluida la cuarta etapa se consulta a los especialistas y se le aplica el cuestionario propuesto por la metodología en la que se miden cuatro variables: Generación de utilidades, compensación de inversiones, afectación al medio ambiente y relación calidad - precio. Las mismas fueron procesadas mediante el sistema estadístico SPSS y se obtienen resultados satisfactorios.

**Quinta etapa: Distribución – comunicación**

Se propone que se distribuya el producto por las agencias del territorio, Agencia de Viajes ECOTUR, Havanatur, Cubatur y Cubanacán. Para gestionar la venta en los mercados emisores las agencias establecerán relaciones con Tour-operadores (TTOO) que operen en el destino Cuba y con segmentos de mercado interesados en el turismo cultural. Se deben trazar acciones para incorporar el producto en las carteras de estos. Se recomienda TTOO que operen en la región central o que tengan previas relaciones comerciales con la agencia. Se propone incluir el producto en la página Web del destino Cienfuegos mediante la presentación de su imagen visual, nombre del producto y sus características generales. Además realizar la tramitación necesaria para su venta *on line*.

En el mix comunicacional se consideran la publicidad, promoción de venta, relaciones públicas (RRPP), y otras, acciones específicas de las mismas para la comercialización de la propuesta actual se describe en el apartado anterior. En Cuba existe además el Sistema de Información al Visitante, que es atendido fundamentalmente por los Centros de Información Turística (INFOTUR) y las Oficinas Promoción Turística. La etapa (Distribución – Comunicación) constituye el cierre del sistema de gestión del proceso diseño del producto turístico pertinente, competitivo y sostenible, así como de su comercialización. Concluida la quinta etapa se acude a los especialistas y se le aplica el cuestionario propuesto por la metodología fueron procesados mediante el sistema estadístico SPSS con resultados satisfactorios.

**El control final del producto**

Como parte del control final del producto se realizó el cálculo del Índice de Marketing, mediante la aplicación del Test de O´Meara a los 15 expertos seleccionados y en el que se expusieron las variables propuestas por la metodología. El criterio de aceptación es el siguiente: Desarrollar el producto si el mismo adquiere un criterio superior a 8 puntos, analizar cuidadosamente la continuación o paralización cuando se encuentre entre 8 y 9 y, rechazar el producto si tuviera una puntuación inferior a 5.9. Al evaluar el producto obtuvo una puntuación de 9 puntos, puntuación que cae en el rango de ACEPTACIÓN. Los resultados se obtienen con el apoyo del paquete estadístico SPSS 15.00, con una fiabilidad según el coeficiente de *Alfa de Cronbach* igual a: 0.870. El coeficiente de concordancia entre los expertos (W de Kendall) es igual a 0.751. Ambos indicadores se consideran aceptables para este tipo de estudio.

**CONCLUSIONES**

La búsqueda bibliográfica permitió elaborar el marco teórico referencial que fundamenta la investigación a partir del análisis de elementos conceptuales acerca del turismo, sus tendencias actuales y las modalidades turísticas con énfasis en el turismo científico, así como el diseño de productos turísticos.

La Metodología para la mejora y diseño de productos turísticos (MEPROTUR) posee un carácter holístico y sistémico que se concreta en la interrelación de las diferentes etapas que permiten sustentar la dirección del proceso del diseño del producto turístico y la propuesta de acciones para su comercialización.

La aplicación de Metodología para la mejora y diseño de productos turísticos (MEPROTUR) permitió el diseño del producto turístico “Medicina alternativa en Cienfuegos” como parte del cual quedaron definidos los atractivos, actividades, la infraestructura necesaria, la mezcla comunicativa, así como las prioridades para su puesta en uso turístico.

La incorporación de esta nueva oferta enriquece y diversifica la cartera de productos turísticos en el destino Cienfuegos y la dinamización de su puesta en uso contribuye a la elevación de los ingresos turísticos por conceptos de opcionales.

**REFERENCIAS**

Bórquez Reyes, R., Bourlon, F., Moreno Escobedo, M. A. (2019) El turismo científico y su influencia en la comunidad local: el estudio de caso de la red de turismo científico en Aysén, Chile. TURyDES, *12 (26), 2-25*. DOI: <https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-02162504>

Cuba, Infotur. (2018) El informe de balance del año 2018 de Cienfuegos. (Manuscrito sin publicar)

Funcia, C. (2009). *Metodología para la mejora de diseño de productos turísticos y su comercialización.* Santiago de Cuba, Cuba: Formatur y Escuela de Hotelería y Turismo “Orlando Fernández Montes de Oca”.

González, J. (2004): Ecoturismo y pesca deportiva: Parque Nacional el Tuparro. Universidad Externado de Colombia, Facultad de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras.

Kotler, P. (2004). *Marketing para el turismo*. Madrid: Pearson.

Machado, E.L. (2011). Integración y diseño del producto turístico. Aplicado a la región central del destino Cuba, *4 (35)*, 24-28.

Martín, R. (2009). *Principios, organización y práctica del turismo (Vols. 1-II, Vol. I)*. La Habana: Félix Valera.

Medina, N. , Santamarina, J., & Salinas, E. (2010). *Productos Turísticos. Desarrollo y Comercialización*. La Habana: Ediciones Balcón.

OMT, (2021). *Barómetro OMT del Turismo Mundial. Con especial enfoque en el impacto de la COVID-19 (resumen)*. UNWTO. <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284421831>

OMT. (2013) *Sustainable Tourism for Development. Enhancing capacities for Sustainable Tourism for development in developing countries.* UNWTO. <http://unwto.org/sites/all/files/pdf/final_annual_report_pdf>

OMT. (2020) Informe de políticas: La COVID-19 y la transformación del turismo. <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284421831>

Pérez, I. (2014). *Nuevas tendencias en turismo cultural. El papel de la investigación turística en ciudades patrimoniales: Los casos de Santiago de Compostela y La Habana Vieja.* (Doctoral). Universidad de Santiago de Compostela).

Salinas, Eros, & Osorio, J. (2006). *Diseño y desarrollo de productos turísticos* (17th ed.). La Habana: Cuadernos de turismo.

Serra, A. (2002). *Marketing Turístico*. España: Pirámide.

Silva P., Gamboa G., Chávez D. (2019) Turismo científico una alternativa para conservar el Patrimonio Del CIPCA, Amazonia – Ecuador. Cienc Tecn UTEQ, *12(2), 63-72*. DOI: <https://doi.org/10.18779/cyt.v12i2.327>