

Propuesta de acciones para revitalizar el turismo en Artemisa, a través de las TIC

Proposal of actions to revitalize tourism in Artemisa, through ICT

- ¹ Sandro Felipe Acosta Mesa  <https://orcid.org/0000-0002-4170-7892>
Universidad de La Habana, Facultad de Turismo, Licenciatura en Turismo. La Habana, Cuba,
sandrofelipeacostamesa@gmail.com
- ² Yoseline Baños González 
Universidad de La Habana, Facultad de Turismo, Licenciatura en Turismo. La Habana, Cuba,
yoseline020526@gmail.com
- ³ Edgar Núñez Torres 
Universidad de La Habana, Facultad de Turismo, Licenciatura en Turismo. La Habana, Cuba,
enunez8609@gmail.com

Artículo de Investigación Científica y Tecnológica

Enviado: 12/01/2023

Revisado: 03/02/2023

Aceptado: 05/03/2023

Publicado: 05/04/2023

DOI: <https://doi.org/10.33262/ct.v2i2.11>

Cítese:

Acosta Mesa, S. F., Baños González, Y., & Núñez Torres, E. (2023). Propuesta de acciones para revitalizar el turismo en Artemisa, a través de las TIC . Ciencia & Turismo, 2(2), 6-15. <https://doi.org/10.33262/ct.v2i2.11>



CIENCIA & TURISMO, es una revista multidisciplinaria, 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.

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



Esta revista está protegida bajo una licencia Creative Commons Attribution Non Commercial No Derivatives 4.0 International. Copia de la licencia: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>.

Palabras claves: TIC, sector turístico, internet, Artemisa

Resumen

En los últimos años las tecnologías de información han tenido un fuerte impacto en el sector turístico. Las actividades de innovación están muy presentes, destacando el desarrollo tecnológico y el ámbito digital como principales avances que permitirán al sector continuar con su gran importancia a nivel mundial. Las nuevas tecnologías de la comunicación (TIC) han transformado la forma en que los turistas planifican, reservan y viven sus experiencias, provocando así grandes oportunidades en la comercialización, han logrado grandes beneficios como: conocer mejor las necesidades de los clientes, ofrecer una mejor entrega del servicio, llegar a un mayor número de clientes y optimizar sus recursos, logrando aumentar su eficiencia. Artemisa es uno de los lugares para visitar en Cuba, que no destacan dentro de la web por lo cual es un elemento que debe tenerse en cuenta en aras de elevar la competitividad del destino y su correspondiente gestión en las redes. La presente investigación tiene como objetivo una propuesta de acciones para el uso de las redes sociales de Internet, en la promoción de Artemisa como pueblo de interés turístico. Para ello se utilizaron diferentes herramientas de obtención de la información como: métodos teóricos y empíricos, los cuales permitieron a los autores llegar a los principales resultados.

Keywords:
ICT, tourism sector, internet, Artemisa.

Abstract

In recent years, information technologies have had a strong impact on the tourism sector. Innovation activities are very present, highlighting technological development and the digital field as the main advances that will allow the sector to continue with its great importance worldwide. The new communication technologies (ICT) have transformed the way tourists plan, reserve and live their experiences, thus causing great opportunities in marketing, they have achieved great benefits such as: knowing better the needs of customers, offering a better service delivery, reach a greater number of customers and optimize their resources, managing to increase their efficiency. Artemisa is one of the places to visit in Cuba, which does not stand out on the web, which is why it is an element that must be taken into account in order to increase the competitiveness of the destination and its corresponding management in the networks. The present investigation has as objective a proposal of actions for the use of the social networks of

the Internet, in the promotion of Artemisa as a town of tourist interest. For this, different tools for obtaining information were used, such as: theoretical and empirical methods, which allowed the authors to reach the main results.

1. Introducción

El turismo es uno de los fenómenos más grandes a nivel mundial que genera millones de empleos y representa una importante contribución al producto interno bruto de muchos países. En un sector de estas dimensiones, la tecnología de información (TIC) ha jugado un papel fundamental como medio para mejorar la eficiencia de las organizaciones y la entrega del servicio.

Desde tiempos remotos el sector turístico fue analizando y comprendiendo la vital importancia que tiene estar online, para una mejor gestión de los negocios. En la actualidad es frecuente el discurso sobre el desarrollo local basado en el turismo. El sector constituye un instrumento de inclusión y dinamización social y económica de los territorios, un promotor de la creación de empleos, la innovación y generación de nuevas actividades productivas, contribuyente a la afinidad social de las comunidades en aras del crecimiento (Perelló, 2019).

Según (Oropeza, 2021), es en este perímetro donde alcanzan un papel relevante los pueblos de interés turísticos, municipios o villas que aprovechan de sus recursos naturales y antrópicos para estructurar ofertas de apoyo que aumenten el flujo de viajeros.

Cuba posee en la actualidad cerca de un total de diez pueblos reconocidos en numerosas guías turísticas del mundo, de gran importancia por su popular patrimonio histórico-cultural y natural (Onlinetours, 2018) pero, existen otros que ni siquiera se hallan dentro de la oferta del país como destino debido a la pérdida de la puesta en valor de su uso turístico. Uno de ellos lo constituye el municipio Artemisa.

Artemisa, localidad que floreció a costa del auge del azúcar y el café durante el siglo XIX, atrajo durante décadas a personajes célebres como el escritor Ernest Hemingway o el famoso poeta cubano Nicolás Guillén; pero cayó en declive cuando sus cosechas perdieron peso.

Una de las grandes condicionantes para renovar la puesta en valor turístico de los espacios yace en el desarrollo de la tecnología y el comercio electrónico, lo que incluye el empleo del ciberespacio y sus numerosas plataformas.

Los recursos y atractivos de Artemisa tienen poca representación en línea, con una insignificante mención en la sección de Artemisa dentro de portales como Cuba Travel o Abc Viajes (en los cuales solo se nombran los existentes sin ningún tipo de explicación relacionada a las ofertas o ubicaciones) y una presencia nula en redes sociales que, de aprovechar sus ventajas, no solo contribuiría con su promoción sino además con la reinserción paulatina de la actividad turística en el territorio.

A partir de ello se define como problema de investigación: ¿Cómo aprovechar las ventajas de las redes sociales de Internet para promocionar los valores naturales e históricos-culturales de Artemisa como pueblo de interés turístico?

En relación, se propone la siguiente idea a defender: La propuesta de acciones basadas en el uso de las redes sociales de Internet, contribuirá a promocionar los valores naturales e históricos-culturales de Artemisa como pueblo de interés turístico.

Para dar respuesta al problema de investigación, así como a la idea a defender planteada, se propone como *objetivo general*: Proponer acciones para el uso de las redes sociales de Internet en la promoción de los valores naturales e históricos-culturales de Artemisa. Como objetivos específicos se plantean los siguientes:

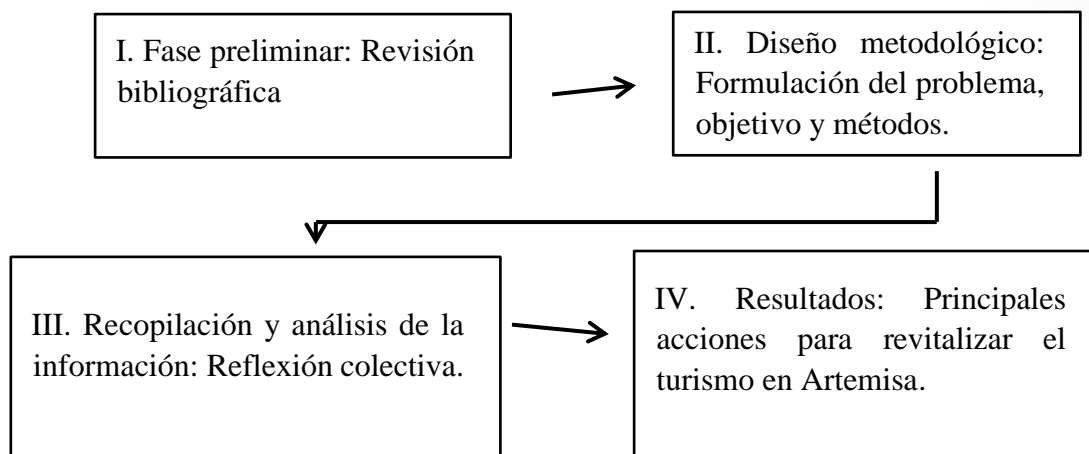
1. Sustentar los fundamentos teórico-metodológicos de la investigación referentes al desarrollo local en los pueblos de interés turístico, y la importancia del uso de las redes sociales de Internet para su promoción.
2. Caracterizar el estado actual de Artemisa en las redes.
3. Diagnosticar la promoción de los recursos turísticos de Artemisa.

2. Metodología

La investigación se desarrolló a través de cuatro fases fundamentales como muestra la figura 1, en la fase uno se realiza una revisión bibliográfica acerca del desarrollo local en los pueblos de interés turístico, y el uso de las redes sociales de Internet para su promoción, en la fase dos se plantea el diseño metodológico de la investigación, luego en la tercera fase se recoge toda la información para una vez en la fase cuatro plantear las principales acciones a desarrollar para la revitalización del turismo en dicho territorio.

Figura 1

Fases de la investigación.



Fuente: Elaboración propia de los autores.

Métodos utilizados

Fue considerado de vital importancia que, para llevar a cabo el proyecto, se utilizasen métodos de investigación científica de tipo teórico y empíricos.

Búsqueda y revisión bibliográfica: Permitió una amplia revisión de publicaciones en formato convencional (papel) y soporte electrónico (Internet), relativa a la temática central y las de apoyo a la investigación, abarcando aspectos conceptuales relacionados al desarrollo local en los pueblos de interés turístico, y la importancia del uso de las redes sociales de Internet para su promoción.

Analítico-sintético: Facilitó el análisis sobre el uso de las redes sociales en el turismo, la situación actual de Artemisa en cuanto a su desempeño general y su potencial en el sector. Se sintetizaron los resultados que posteriormente permitieron la propuesta de un conjunto de acciones facilitadoras de la promoción del territorio en la web.

Histórico-Lógico: Permitió el estudio y planteamiento cronológico de las citas de los autores, así como las características, evolución y situación actual de Artemisa.

Observación directa no participante: Permitió captar todo lo potencialmente relevante sin ánimo de intervenir ni manipular en algún momento del procedimiento. De este modo, los acontecimientos se desarrollaron de manera espontánea y se obtuvo una percepción objetiva de la realidad de Artemisa.

3. Resultados

El turismo es uno de los sectores más importantes en la actualidad debido a su representatividad en los ámbitos económico, cultural y social. Desde el punto de vista económico ha sido una de las actividades principales que representa una fuente importante generadora de divisas, inversión y empleo (Gutiérrez, 2012).

Un pueblo de interés turístico es ese espacio geográfico con atractivos donde se localiza un asentamiento poblacional, estructurado para desenvolver un turismo responsable en cuanto a la conservación del medio ambiente, las tradiciones, los valores sociales y comunitarios, con una concepción urbanística y estilo arquitectónico integrados al contexto local.

Según Martínez (2011) citado en (Pérez González, 2021) alega que una de las dimensiones a las que está orientada la sostenibilidad en nuestro país, es aquella que trata el desarrollo social mediante la participación local en las diferentes áreas de un destino, con el objetivo de fortalecer valores medioambientales e histórico-culturales. En base a ello se han desarrollado numerosos proyectos comunitarios exitosos, dígase el Complejo Turístico “Las Terrazas” (en Artemisa), “De Palo y Piedra” (en Cienfuegos), “Gibara, Ciudad Turística” (en Holguín) y “Loma del Chivo” (en Guantánamo).

Lo planteado anteriormente aterriza en que un pueblo de interés turístico refleja una posibilidad de mejora del nivel y la calidad de vida de sus habitantes, siendo estos los protagonistas de su desarrollo mediante la introducción del turismo.

La aparición de internet provocó un fuerte impacto en estos, ofreciendo numerosas posibilidades para la comunicación. Con tan solo una conexión los usuarios pueden elegir en qué hoteles hospedarse, cuál sería su destino y las actividades que desearía llevar a cabo en el lugar, transformando la forma de concebir los viajes, tanto para los turistas como para las empresas (M, Sánchez Jiménez, Fernández Allés, & Mier-Terán Franco, 2018).

Sin duda alguna, en la actualidad ninguna otra tecnología de información impacta tanto al sector turístico como lo hace Internet, especialmente en lo que a comercio electrónico se refiere. En pleno siglo XXI, cualquier destino dispuesto a poseer una buena estrategia de comercialización requiere de una pieza esencial para darse a conocer, y esas son las redes sociales (Brenner, 2018). Las plataformas se han convertido en el espacio virtual más importante y con más influencia en el campo de la promoción. Entre sus rasgos destaca la capacidad de alcanzar a millones de personas en cuestión de segundos y posibilitar la reducción de costos en comparación a los anuncios impresos o de televisión (Henderson, 2020).

Artemisa es uno de los pueblos a visitar en nuestro país, pero este y sus atractivos tienen poca representación en línea. Su presencia en el ciberespacio es prácticamente nula, es decir, no existe una promoción que permita su reconocimiento turístico. La administración online no se gestiona de forma coordinada.

Las palabras turismo en el municipio Artemisa en el motor de búsqueda Google permiten el acceso del usuario a pocos enlaces significativos como tripadvisor y cubatravel, y aun así no hacen una explotación a fondo que este encaminada a mostrar todas las particularidades de este municipio. Ver Figura 2.

Analizando todas las ventajas que aportarían las redes sociales de internet al turismo cubano, especialmente en Artemisa, ha quedado probado que es inmensamente necesario que el producto turístico de nuestro país tenga una presencia activa en dichas redes sociales.

De hecho, esto es de cierta manera inevitable, puesto que, al evolucionar la tecnología y la manera de interactuar de los seres humanos, evolucionan también las formas de hacer negocios y establecer relaciones comerciales.

Tomando en cuenta estos problemas de gestión en la web de Artemisa, esto puede mejorar si aplicamos las siguientes acciones que ayuden a revitalizar la actividad turística en dicho territorio:

- Crear conciencia entre los decisores de la actividad turística artemiseña sobre la utilidad del uso de las redes sociales de internet para la promoción del destino y de las empresas y productores de servicios turísticos, así como de las posibilidades de acceso a mayores cantidades de clientes potenciales y segmentos de mercado. Esto permitiría que se autorizaran determinados niveles de acceso a dichas redes sociales, se abrieran nuevos canales comerciales y crecieran las mejoras en el servicio turístico.
- Realizar una inversión que mejore los recursos tecnológicos del sistema de turismo en el municipio. Para un mejor aprovechamiento y uso de las herramientas que facilitan las redes sociales, es necesario mejorar los equipamientos técnicos, los niveles de conectividad y ancho de banda, así como la red de sitios web (y su posicionamiento en los buscadores), de los prestatarios de servicios del destino Artemisa.
- Capacitar a los residentes y trabajadores del municipio en temas relativos a la comunicación promocional en el ciberespacio. Puesto que la tecnología evoluciona, y la competencia, los clientes, y el resto del mundo evolucionan con ella, es necesario capacitar de forma constante y eficiente al personal de las organizaciones y empresas asociadas al sistema de turismo cubano, para adaptar la oferta y los canales de comunicación de la misma a las tendencias actuales.

- Crear el sitio web de Artemisa y sus redes sociales correspondientes y destinar personal y recursos al monitoreo de estas, mediante el uso de palabras claves en los buscadores de cada red.
- Estimular la participación de los clientes en las decisiones empresariales.
- Realizar una campaña de marketing online complementaria, que incluya un rediseño de los sitios web del turismo cubano en su evolución.
- Generar contenido de Artemisa.
- Solicitar donativos por Internet.
- Realizar marketing de influencers.
- Administrar cada una de las redes sociales seleccionadas en base a la publicidad.

4. Conclusiones

- ✓ El municipio Artemisa tiene grandes potencialidades para el desarrollo progresivo de la actividad turística.
- ✓ El uso de las TIC ha propiciado nuevas posibilidades en el turismo, como, por ejemplo, una mayor personalización de los servicios, especialmente en la recomendación del viaje y en la selección de lugares a visitar, a fin de incrementar el valor de dichos destinos.
- ✓ El sector turístico se ve inmerso en un constante cambio, tanto social como tecnológico, debido fundamentalmente al auge de internet y del comercio electrónico que va a afectar a la gestión y a la forma de comercializar el servicio.

5. Conflicto de intereses

Los autores declaran que no existe conflicto de intereses en relación con el artículo presentado.

6. Declaración de contribución de los autores

Todos autores contribuyeron significativamente en la elaboración del artículo.

7. Costos de financiamiento

La presente investigación fue financiada en su totalidad con fondos propios de los autores.

8. Referencias bibliográficas

Beaton, M., Carballo, M., Lazo, S., & Alemañy, D. (2020). Las redes sociales de Internet para la promoción de Cuba como destino seguro frente a la crisis sanitaria internacional. *Ciencia Digital*, 4, 18-28. <https://doi.org/10.33262/cienciadigital.v4i4.1419>

- El uso de las redes sociales en la actualidad* -. (2022, abril 1). <https://telcodigital.es/marketing/el-uso-de-las-redes-sociales-en-la-actualidad/>
- Gutierrez, J. M. (2012). *Turismo: Enfoque global*. Obtenido de <http://publicaciones.ujat.mx/cientificas/Documentos/Econom%C3%ADa/29/Turismo%20Enfoque%20Global.pdf>
- M, Sánchez Jiménez, M. Á., Fernández Allés, M. T., & Mier-Terán Franco, J. J. (2018, junio). Revisión teórica de la relevancia de las nuevas tecnologías de la comunicación (TIC) en el sector turístico. *Revista Turydes*, 11(24). Obtenido de <https://www.eumed.net/rev/turydes/24/tecnologia-turismo.html>
- Organization, W. T. (2019). UNWTO Tourism Definitions. doi:<https://doi.org/10.18111/9789284420858>
- Pérez González, M. J. (2021). *PROPUESTA DE ACCIONES PARA EL USO DE LAS REDES SOCIALES* . La Habana.
- Recomendaciones sobre la utilización de las redes sociales*. (2015, febrero 25). Consumo Responde. https://www.consumoresponde.es/art%C3%ADculos/recomendaciones_sobre_la_utilizacion_de_las_redes_sociales
- Rodríguez., G. C. (2020). Propuestas de uso funcional para potenciar el turismo. *Explorador Digital*, 4(3), 51-61. Obtenido de <https://doi.org/10.33262/exploradordigital.v4i3.1279>
- Sancho, A. (1994). *Introducción al turismo*. Organización Mundial del Turismo (OMT). Obtenido de <http://www.utntyh.com/wp-content/uploads/2011/09/INTRODUCCION-AL-TURISMO-OMT.pdf>
- Tecnologías de la información y la comunicación. (2023). En *Wikipedia, la enciclopedia libre*. https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Tecnolog%C3%ADas_de_la_informaci%C3%B3n_y_la_comunicaci%C3%B3n&oldid=148498882
- Terol, M. (2022, julio 12). Buen uso de las redes sociales: Guía completa. *Blogthinkbig.com*. <https://blogthinkbig.com/buen-uso-de-las-redes-sociales-guia-completa>

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



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 Ciencia & Turismo**.

