



II TALLER INTERNACIONAL: RETOS Y APRENDIZAJES HACIA UN TURISMO SOSTENIBLE

ESTUDIO DE CICLO DE VIDA DEL PRODUCTO CLUB KAREY – PUNTA BLANCA LIFE CYCLE STUDY OF CLUB KAREY PRODUCT – PUNTA BLANCA

MSc: Delfina Ibarra Vargas. Profesora principal del Centro de Capacitación del MINTUR en Matanzas. Profesora auxiliar de la Universidad de Matanzas. **Orcid.org/0009-0000-8961-6984.**

Email: delfina@ehtv.mintur.tur.cu.

Lic. Iralys Delgado La Torre. Especialista principal de la Delegación del MINTUR Matanzas.

Orcid. 0000-0003-3924-1314.

Esp Postg: Yordanka Quintana Hernández. Profesora principal del Centro de Capacitación del MINTUR en Matanzas.

Orcid.org 0009-0009-6876-5759.

Resumen

El análisis del ciclo de vida del destino turístico y los productos que él se gestionan son sistematizaciones imprescindibles para la toma de decisiones constituyendo uno de los temas de mayor relevancia en los razonamientos de competitividad turística, pues muestra la evolución de los mismos en el tiempo y permite identificar y ejecutar la estrategia más conveniente en función del mercado, competencia y la pertinencia de los mismos en el tiempo. El presente trabajo, refiere los resultados de un encargo de la Dirección de Desarrollo del MINTUR al centro de Capacitación del MINTUR en Matanzas, que tuvo por objetivos: identificar la fase actual del Ciclo de Vida del producto Club Karey – Punta Blanca de la Cadena Islazul en Matanzas; y formular, en correspondencia con la fase actual del ciclo de vida que se identifique, propuestas para la dinamización del producto Club Karey – Punta Blanca. La presentación de los resultados del encargo, ha recibido favorable retroalimentación del cliente y contribuido a la toma de decisiones sobre las acciones a emprender en el corto y mediano plazo en este privilegiado espacio de Varadero – el más reconocido y mejor posicionado balneario cubano.

Palabras clave: *ciclo de vida; producto turístico; hotel.*

Abstract

The analysis of the life cycle of the tourist destination and the products that it manages are essential systematizations for decision making, constituting one of the most relevant issues in the reasoning of tourist

competitiveness, since it shows their evolution over time and It allows identifying and executing the most convenient strategy based on the market, competition and their relevance over time. The present work refers to the results of a commission from the MINTUR Development Directorate to the MINTUR Training Center in Matanzas, which had the following objectives: to identify the current phase of the Life Cycle of the Club Karey – Punta Blanca product of the Islazul Chain in Matanzas; and formulate, in correspondence with the current phase of the life cycle that is identified, proposals for the revitalization of the Club Karey – Punta Blanca product. The presentation of the results of the assignment has received favorable feedback from the client and contributed to decision-making on the actions to be undertaken in the short and medium term in this privileged space in Varadero – the most recognized and best positioned Cuban resort

Key words: *life cycle; tourist product; hotel*

El análisis del ciclo de vida del destino turístico y los productos que él se gestionan son sistematizaciones imprescindibles para la toma de decisiones constituyendo uno de los temas de mayor relevancia en los razonamientos de competitividad turística, pues muestra la evolución de los mismos en el tiempo y permite identificar y ejecutar la estrategia más conveniente en función del mercado, competencia y la pertinencia de los mismos en el tiempo.

El Ministerio de Turismo de Cuba, reconociendo el valor que representa para la toma de decisiones la puesta en valor de los resultados de las Investigación, innovación tecnológica y la ciencia ha solicitado al Centro de Capacitación del MINTUR en Matanzas la ejecución del estudio CVP del Hotel Club Karey operado por la OSDE Islazul en Varadero, el resultado de la misma será de gran utilidad para la toma de decisiones de cara al futuro del producto en estudio.

Objetivos:

- ✓ Identificar la fase actual del Ciclo de Vida del producto Club Karey – Punta Blanca de la Cadena Islazul en Matanzas.
- ✓ Formular, en correspondencia con la fase actual del ciclo de vida que se identifique, propuestas para la dinamización del producto Club Karey – Punta Blanca

Este proyecto da respuesta a una solicitud del MINTUR sobre el “Estudio del ciclo de vida del producto Club Karey – Punta Blanca, en cuanto a estudiar los productos que por su impacto en la gestión y los resultados de los destinos. El mismo ha sido encargado por la Dirección de Desarrollo del MINTUR a FORMATUR y ejecutado por un equipo conformado por profesores del Centro de Capacitación del MINTUR en Matanzas y estudiantes de la Licenciatura en Turismo de La Universidad de Matanzas.

Para dar un criterio a nivel perceptual del estado de desarrollo del producto y en consecuencia recomendar acciones de carácter general y estratégico en cuanto a su dinamización, se han valorado los criterios de puesta en valor turístico de los recursos, las infraestructuras de servicios y de apoyo, accesibilidad del producto, canales de distribución, mezcla de mercados, precios, capacidades de carga, desarrollo de marca e imagen, aceptación y satisfacción de los clientes. Se ha realizado una evaluación multicriterio ponderada, para valorar el posicionamiento desde la perspectiva de la relación de índices de oferta y de índice de demanda, que finalmente se refleja en una matriz de posicionamiento.

El Hotel Club Karey- Punta Blanca, es una instalación subordinada a la Grupo Hotelero Islazul, el mismo opera en sistema Todo Incluido y en los últimos 2 años se incorpora en Planes AP y CP.

El inmueble ha recibido algunos procesos de mejoras, dado que lleva muchos años de explotación, la inmobiliaria ha realizado inspecciones al inmueble de manera periódica detectando dificultades en los sistemas tecnológicos en los equipos de bombeo, el sistema de servicios generales, el servicio eléctrico, en las redes eléctricas se encuentran en mal estado los registros con agua y arena. Los paneles eléctricos

han tenido dificultades con el mantenimiento debido al financiamiento que no se puede ejecutar para contratar a la empresa especializada. Las cámaras frías y los sistemas electrógenos están en muy mal estado. Sistema de extracción y riego en mal estado. La piscina es uno de los sistemas en que mejor se encuentran en estos momentos ya que hace poco se le realizó una intervención. Algunas habitaciones no están provistas de todos los equipos necesarios para el confort de los clientes como calentadores. La evaluación de inmueble es de regular a mal.

Análisis del producto seleccionado:

NOMBRE DEL PRODUCTO	GRUPO EMPRESARIAL	ENTIDAD	UNIDAD
Club Karey - Punta Blanca.	Islazul	Club Karey - Punta Blanca.	Área de trabajo que presenta el Producto Turístico
TIPO GENÉRICO DE PRODUCTO	MODALIDAD	LOCALIZACIÓN DEL PRODUCTO	CONCEPTO DEL PRODUCTO
Sol y Playa	Todo incluido AP - CP	Destino Turístico Varadero. Carretera de Kawama al final. Vista a el Canal de Paso Malo.	Este producto hotelero se conceptualiza como una estancia de un ambiente de hospitalidad y descanso y disfrute del sol y la playa.

El Hotel Club Karey (Villa Punta Blanca) fundado desde 1993, perteneciente al grupo empresarial Islazul, ubicado en la Carretera Kawama Final, Varadero, Matanzas, Cuba con vista al Canal de Paso Malo con 700 m de ancho. La infraestructura tiene como fecha de construcción el año 1950, en el 2003 se realizó la última renovación.

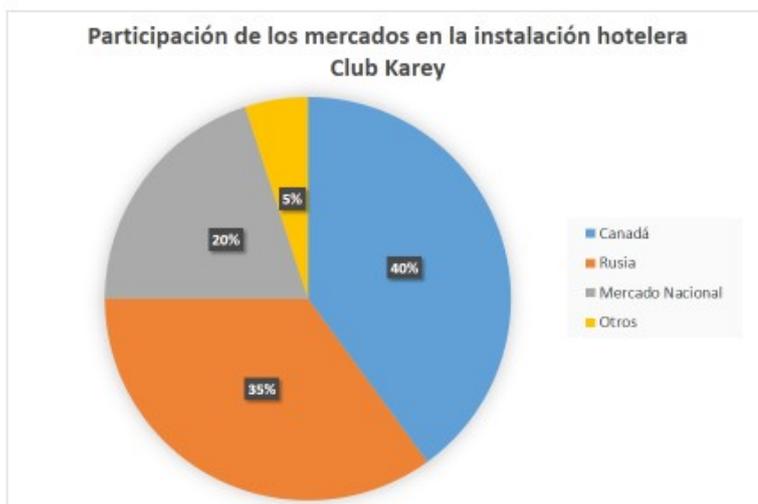
Datos del entorno de acuerdo a la ubicación geográfica del establecimiento: El Hotel Club Karey – Punta Blanca se encuentra situado en la franja de playa Zona Kawama a 5 metros de la playa por un lateral a 5 metros del Canal de Paso Malo por el otro lateral, a 20 minutos del Aeropuerto Internacional Juan Gualberto Gómez, a 5 min de la Clínica Internacional y a 2 Km del centro de la ciudad. El hotel tiene una extensión de 2 Km, la distancia de las construcciones de la playa es de 5 metros. Las construcciones son casas o módulos habitacionales separadas unas de otras.

Actualmente el Hotel Club Karey cuenta con 151 habitaciones distribuidas en 25 casas, habitaciones estándar dotadas de agua caliente, aire acondicionado, TV por cable y teléfonos.

El Hotel cuenta con los siguientes servicios:

- ✓ **Recepción 24h** Ofrece servicio de Check in y Check out, así como cambio de moneda, depósito para toallas de playa, caja de seguridad.
- ✓ **Restaurante “La Arcada”**, en el cual se ofrece desayuno, almuerzo y cena en la modalidad de Mesa Buffet con los siguientes horarios:
- ✓ **Restaurante “Puesta de Sol”**, modalidad a la Carta, comidas internacionales
- ✓ **Lobby Bar “Karey”**, Ofrece servicio de Bar 24h con coctelería nacional e internacional.
- ✓ **Snack Bar Ranchón Piscina “Buena Vista”**,
10:30h a 23:00h Ofrece alimentos ligeros y servicio de bar.

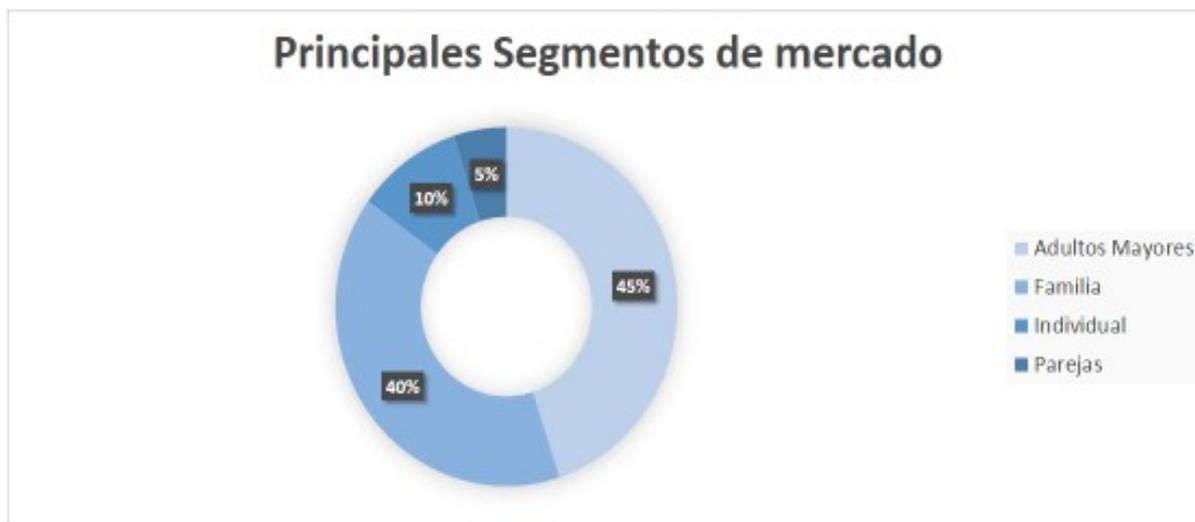
En el último período de cinco años se ha constatado que los mercados considerados claves para la instalación son: Canadá, Rusia, Mercado Nacional y en una menor medida España y Alemania como puede ser apreciado en el gráfico que se muestra a continuación.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos estadísticos ofrecidos por el hotel.

En cuanto a los mercados que más visitan la instalación hotelera se encuentra el mercado canadiense con un 40 % de participación, de mayor relevancia en las estadísticas son los de la tercera edad con más de 60 años. El mercado ruso con el 35 % con mayor presencia el segmento de familia y en los grupos de edades de 35 a los 50 años. Ambos segmentos mantienen como promedio de estancia entre 10 y 15 días, presentan un elevado índice de repitencia con una alta fidelidad al producto. El mercado nacional tiene una participación del 20% con una demanda en todo el año, lo que impacta en la ocupación de forma favorable. Otros mercados en menor % como Alemania, Francia y otros que viajan teniendo como principal atractivo el sol y la playa y la amabilidad de los trabajadores.

Principales Segmentos de mercado



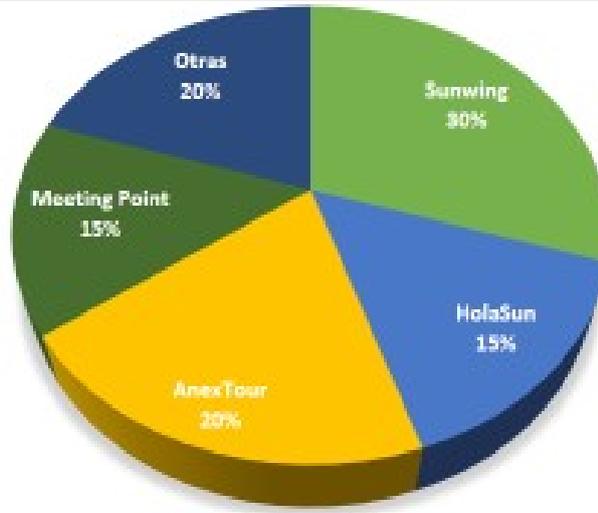
Fuente: Elaboración propia a partir de datos estadísticos ofrecidos por el hotel.

Los segmentos de mercados de mayor relevancia que visitan el hotel son los adultos mayores con el 45% y la familia con el 40 % teniendo como atractivo principal el disfrute del sol y la playa y la tranquilidad que ofrece la instalación por su ubicación.

En cuanto a las percepciones de los clientes de acuerdo a su estancia se tiene que: el atractivo principal es su cercanía a la playa, la tranquilidad, buena relación calidad-precio y el trato amable y familiar.

Entre los principales contratadores y distribuidores del producto se encuentran: Principales Turoperadores del mercado canadiense: Sunwing, Hola Sun, Havanatur. Principales Turoperadores del mercado ruso: Meeting Point, AnexTour, Coral Travel, Pegas Tourist. Receptivos Nacionales: Cubatur, Cubanacán, Havanatur, Islazul. En la figura que se muestra aparece expresado en % la cuota de participación de los principales distribuidores del producto.

Distribuidores del Producto



Agencias de Viajes

■ Sunwing ■ HolaSun ■ AnexTour ■ Meeting Point ■ Otras

Fuente: Elaboración propia a partir de datos estadísticos ofrecidos por el hotel.

El comportamiento de los ingresos en el último período de cinco años ha sido inestable con tendencia al declive lo que se expresa en los indicadores de número de estancia, turistas días y % de ocupación que reflejan las estadísticas de los últimos cinco años. Fuente (Dpto comercial)

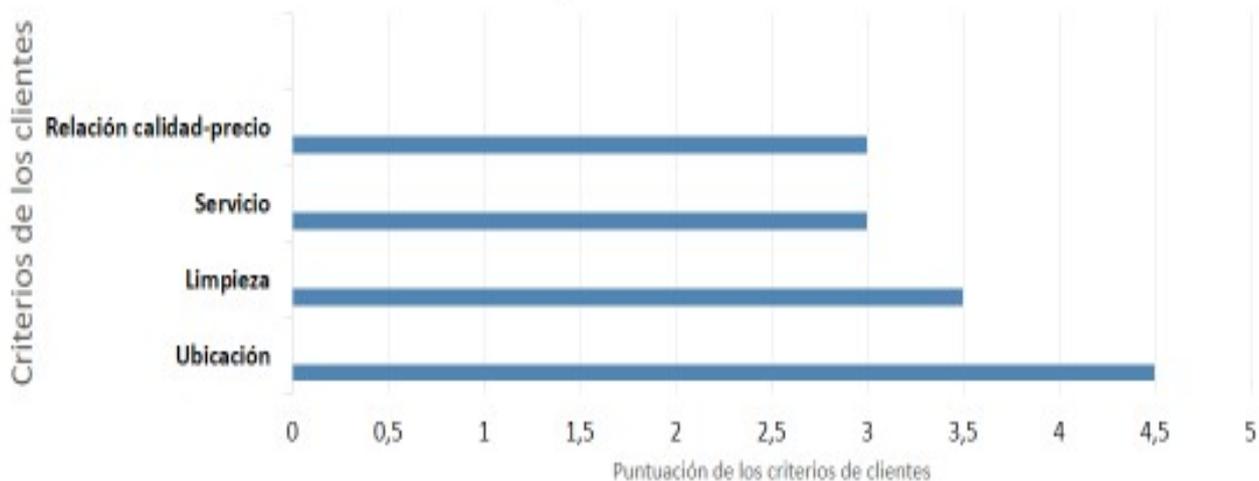
Entre las principales deficiencias de la instalación Club Karey – Punta Blanca, en cuanto al estado constructivo y de mantenimiento. Fuente (Jefe de Mantenimiento)

- ✓ Elevado nivel de deterioro de la planta hotelera que se traduce en un gran número de habitaciones fuera de orden, de las 151 que existen se encuentran 60 habitaciones disponibles y 91 fuera de orden lo que representa el 60,3% por lo que demuestra que el hotel trabaja con pérdidas, los ingresos no cubren los gastos lo que impiden alcanzar grandes porcentajes de ocupación.
- ✓ El hotel también presenta problemas con los sistemas tecnológicos fundamentalmente en los equipos de bombeo, el sistema de servicios generales, el servicio eléctrico.
- ✓ Las redes técnicas se encuentran en mal estado ya que los registros están llenos de agua, y de arena.
- ✓ Los paneles eléctricos tienen dificultades con el mantenimiento debido al financiamiento que no se puede ejecutar para contratar a la empresa especializada.

- ✓ Las cámaras frías y los sistemas electrógenos están en muy mal estado.
- ✓ Sistema de extracción y riego en mal estado.
- ✓ Algunas casas no están provistas de todos los equipos necesarios para el confort de los clientes como calentadores.
- ✓ Muchas filtraciones en el sistema hidráulico e hidrosanitario producto del sistema obsoleto.
- ✓ No existe un transporte interno para mover la mercancía lo que dificulta el trabajo por la distancia entre la zona de la planta.
- ✓ La propia cercanía del mar afecta con el salitre deteriora la instalación.
 - **Las principales insatisfacciones de los clientes acerca de la instalación son:**
- ✓ Deterioro de la infraestructura de la planta hotelera que produce un gran número de habitaciones fuera de orden.
- ✓ Presentan una jardinería pobre que no enriquece la imagen visual del entorno de la instalación.
- ✓ Ante la crecida del canal, se desbordan sus aguas e impide la comunicación física del cliente con el resto del destino turístico.
- ✓ Extensa distancia que deben recorrer para desplazarse a otra área de la instalación.

En el siguiente gráfico se muestra la ponderación de criterios de clientes reflejadas en las opiniones acerca del hotel en la plataforma TripAdvisor.

Ponderación de criterios de los clientes reflejadas en TripAdvisor.



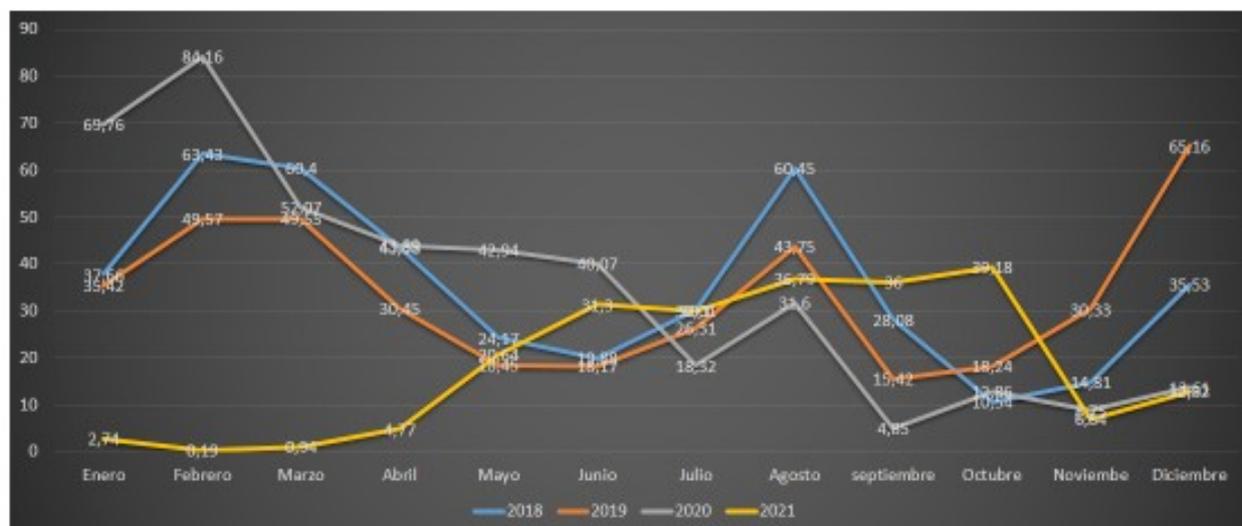
Fuente: Elaboración propia a partir de datos estadísticos ofrecidos por el hotel.

Después del análisis del gráfico puede deducirse que los criterios con mayor ponderación son la Ubicación con 4.5, la limpieza con 3.5, el servicio y la relación calidad-precio con 3 cada uno, lo que refleja que estos dos últimos criterios son los que a juicio del cliente presenta la mayor dificultad en la entidad hotelera.

El comportamiento de los ingresos por concepto de habitación ha sido inestable con tendencia al declive, esto ha sido provocado en su mayoría por el gran número de habitaciones fuera de orden fruto del deterioro de las mismas.

A continuación, se muestra un gráfico en el cual se representa el porcentaje de ocupación por habitaciones disponibles en el período de 2018-2021, donde puede apreciarse que la tendencia es a la disminución de sus cifras.

Porcentajes de Ocupación de habitaciones disponibles en el período de 2018-2021.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos estadísticos ofrecidos por el hotel

Matriz de evaluación de los productos

Indicadores de valoración	Motivador de viaje	Singularidad	Grado de conservación	Accesibilidad	Satisfacción del cliente	Índice de oferta	Comercio actual/potencial	Estacionalidad	Cuota del mercado	Imagen en el mercado	Índice de demanda	Índice de Producto
	0.25	0.25	0.2	0.1	0.2	1						

Producto												
Club Karey	3.0	2.0	2.0	3.0	3.0	2.55	2.0	2.0	3.0	2.0	2.3	

Al valorar los criterios seleccionados se destaca el nivel medio bajo de la oferta, dado en lo fundamental por el poco peso en la motivación del viaje, el grado de conservación de los productos respecto a su estado original y la accesibilidad a estos por los clientes. En cuanto a la demanda, el índice es bajo pues aún está por desarrollar el potencial de comercialización de estos productos, por su naturaleza son fuertemente estacionales y tiene baja participación en la demanda del destino por lo que su cuota de participación en el mercado es baja.

Por tanto, la oferta aún está lejos de satisfacer las exigencias de los mercados actuales y la demanda muestra escasa preferencia por este producto de manera global como motivador de viajes.

Valoración integral a nivel perceptual del estadio de desarrollo de cada producto.

No	Región Turística	Producto	Introducción	Desarrollo-Crecimiento	Maduración-Consolidado	Declive	Renovación
1	Destino Varadero	Hotel Club Karey-Punta Blanca.					

Fuente: Elaboración propia a partir de análisis realizados.

A manera de conclusiones del estudio, se afirma, teniendo como evidencia los indicadores valorados y la integración de los diversos aspectos distintivos, los mismos señalan un estado muy característico a la sostenida tendencia al decrecimiento, estado actual del desarrollo del ciclo de vida de este producto y se concluye, como se muestra en la tabla, que el Hotel Club Karey – Punta Blanca, es un producto con una

tendencia hacia el declive. Se sugieren las siguientes propuestas para dinamizar el Ciclo de Vida del producto Club Karey – Punta Blanca:

- ✓ El precio del paquete ha descendido, lo que deteriora la imagen del producto y de sus ofertas tanto principal, como complementarias.
- ✓ El ingreso por habitación ocupada disminuye, impactando desfavorablemente en los ingresos totales.
- ✓ Los niveles de estancia y ocupación disminuyen linealmente en el año de manera progresiva.
- ✓ El estado constructivo de la planta de alojamiento y servicios están en un estado evaluado de regular a mal y los sistemas están deteriorados y con tecnologías obsoletas, no se recomienda invertir en un proceso de mejoramiento de la instalación.

Referencias bibliográficas

Butler, R.W. (2011). Tourism Area Life Cycle. <http://www.goodfellowpublishers.com>

Escuela de Hotelería y Turismo “José S, Comas”. (2012). Estudio Ciclo de Vida Producto Río Canímar. [no publicado].

Escuela de Hotelería y Turismo “José S, Comas”.(2012). Estudio Ciclo de Vida Productos Delfinario, Parque Josone, H Playa Larga, Boat Adventure, Excursión Habana. [no publicado].

Escuela de Hotelería y Turismo “José S, Comas”.(2012). Estudio Ciclo de Vida Productos H Playa Girón, Jeep Seafari, Golf Seafari Cayo Blanco. [no publicado].

Escuela de Hotelería y Turismo “José S, Comas”.(2012).Informe Estudio Ciclo de Vida Destino Península de Zapata 2012. [no publicado].

Escuela de Hotelería y Turismo “José S, Comas”.(2012).Informe estudio del ciclo de vida Destino Varadero. [no publicado].

Escuela de Hotelería y Turismo de Ciego de Ávila. (2012).Informe estudio del ciclo de vida del destino Jardines del Rey. [no publicado].