

La diversificación de las ofertas culturales al turismo canadiense, ante nuevo escenario de la industria turística cubana.

Orlando Cedeño Almaguer, [orlandoca67@nauta.cu](mailto:orlandoca67@nauta.cu), [orlandocedeno99@gmail.com](mailto:orlandocedeno99@gmail.com)

Universidad de Holguín. CUBA

Carlos Antonio Córdova Martínez; [ccordova@uho.edu.cu](mailto:ccordova@uho.edu.cu)

Universidad de Holguín. CUBA

#### ABSTRACT

Los destinos turísticos cubanos comenzaron a recibir canadienses a principio de la década de 1970, cuando el turismo era solo parte de un proyecto dirigido a completar el desarrollo económico del país y no constituía aun un sector prioritario de la economía cubana. Además de los atractivos del país, la ausencia de turismo proveniente de Estados Unidos se encuentra entre las variables que favorecieron esta predilección.

La ampliación de las posibilidades de viajes de los norteamericanos a Cuba, a partir del restablecimiento de relaciones diplomáticas entre estos países, creó un escenario preocupante para los turoperadores canadienses, quienes conocen las desventajas de la competencia con el turismo estadounidense en otros destinos caribeños.

Este contexto, a pesar del cambio de posición de la nueva administración norteamericana hacia Cuba, puede cambiar los patrones de afluencia del turismo canadiense hacia la Mayor de las Antillas, lo cual requiere de una diversificación de la oferta turística hacia ese mercado emisor (históricamente basada en sol y playa) que logre insertar de manera acertada el turismo cultural a las modalidades tradicionales.

**Palabras claves:** turismo, sociedad, cultura, destino turístico, oferta turística cultural

**Title:** The diversification of offers to the Canadian tourist source market, in view of the new context of development in the Cuban tourist industry.

Canadians began to spend holidays in Cuban tourist destinations at the beginning of the 1970s, when tourism was just part of a program intended to buttress the economic development of the Island and not one of the main sources of revenue for Cuba. Besides the country's tourist attractions, the absence of American tourists in Cuba cannot be dismissed as one of the variables that favored this tendency.

The increase of possibilities for Americans to travel to Cuba after the reestablishment of diplomatic ties between the two nations created a perturbing context for Canadian tour operators, given their negative experiences in competing with American tourism in other Caribbean islands.

This environment, despite the new change of stance of the present American government towards Cuba, can affect the influx of Canadian tourists to the Island. Consequently, a strategy, focused on the diversification of offers (historically based on sun and beach schemes), which successfully inserts cultural proposals into traditional marketing patterns, is required.

Keywords: tourism, society, culture, tourist destination, tourist and cultural offers

#### Introducción

El turismo internacional devino un sector prioritario en Cuba bajo el influjo de cambios geopolíticos mundiales con impactos muy negativos para la Isla, especialmente en lo económico. Consecuentemente, las decisiones en relación con la revitalización de la economía del país se centraron en este y otros sectores con un efecto dinamizador a corto plazo.

La apertura de la Mayor de las Antillas al turismo internacional como renglón económico de primer orden tuvo lugar en un contexto en que la reciente aparición de medios de transporte muy modernos y más económicos (nuevos y mejores aviones como el Concorde y el Túpolev, trenes de alta velocidad y la consolidación de los vuelos chárter) habían dado un gran impulso a esta industria, por su efecto no solo en el costo de los viajes, sino también por su confort y por las potencialidades para poner nuevos y exóticos destinos a disposición de una clientela ávida de viajar.

De esta manera, la conjugación de las urgencias económicas del país y la evolución de la industria turística mundial en aquel entonces signan el desarrollo de esta rama en Cuba.

Por razones harto conocidas, el destino Cuba se encontraba excluido del mercado emisor líder en la región, los Estados Unidos de América. Canadá, por sus inviernos particularmente crudos (turistas de este país habían estado viniendo a Cuba por más de quince años), representaba un mercado ideal para el turismo de sol y playa, una modalidad en boga que satisfacía el imaginario primermundista en relación con el Caribe, y, al mismo tiempo, atraía un volumen de clientes prometedor en relación con los ingresos requeridos para solucionar necesidades de la deprimida economía nacional. El turismo cultural más selectivo, con menos demanda y con requerimientos para su implementación que el país no disponía en el momento, no era la solución para los apremios económicos de entonces.

## **Desarrollo**

El turismo cultural o el turismo de cultura se considera una modalidad del turismo que se interesa por la cultura de un país o región, específicamente del estilo de vida de las personas que habitan esas áreas geográficas, la historia de su gente, su arte, su arquitectura, su religión(es) y otros elementos conformadores de su forma de vivir. Esta modalidad incluye las actividades turísticas en áreas urbanas, particularmente grandes ciudades o pueblos con una historia relevante, así como sus instituciones culturales (museos, teatros, entre otras). También puede abarcar el turismo en áreas rurales que exhiban las tradiciones de comunidades culturales autóctonas, sus valores y estilos de vida; además de nichos especializados como podrían ser el turismo industrial y el turismo creativo.

El turismo cultural ha sido definido como el movimiento de las personas hacia atractivos culturales alejados de su lugar normal de residencia, con la intención de aprender y vivir experiencias que satisfagan sus necesidades culturales, las cuales pueden abarcar la solidificación de la identidad cultural propia a través de la confrontación con el "otro" exótico.

Según SERNTUR (2008) esta modalidad de turismo puede definirse como la actividad que permite a las personas contemplar y experimentar las diferentes formas de vida de otras gentes y, como consecuencia, comprender sus costumbres, tradiciones, sus pensamientos expresados en lugares históricos, arqueológicos, arquitectónicos o de otra significación cultural.

Por su parte, la UNESCO (1982) en su definición sobre Turismo Cultural señala que se trata de una "dimensión cultural en los procesos socioeconómicos para lograr un desarrollo duradero de los pueblos" como un "modelo de desarrollo humano integral y sostenible".

El término turismo cultural engloba también cualquier programa de visitas a recursos culturales, sin tener en cuenta ni la tangibilidad o intangibilidad de los recursos ni las motivaciones primarias del viaje o visita.

De manera general, esta forma de turismo se está haciendo cada vez más popular. Muchas organizaciones internacionales, entre ellas la OCDE, han venido resaltando el papel que el turismo cultural puede desempeñar para el desarrollo regional en diferentes zonas del planeta. Según muchos especialistas del sector, los turistas que viajan en el marco de esta modalidad gastan sustancialmente más dinero durante sus estancias que los turistas convencionales.

Las experiencias acumuladas en este sector permiten aseverar que los atractivos culturales y los eventos son elementos altamente sugestivos para el turismo.

En el contexto actual, después de casi tres décadas de desarrollo, Cuba se ha convertido en uno de los principales destinos turísticos del Caribe. Sin embargo, el mantenimiento de esta situación, ante la creciente competitividad de los destinos regionales, reclama el despliegue de modalidades más exclusivas, exigentes y especializadas, capaces de superar la fuerte imagen generada en relación con Cuba, como destino basado solo en la explotación del producto sol y playa.

Los destinos caribeños compiten con la Mayor de las Antillas básicamente en esta modalidad de Sol y Playa. En este entorno, solo México y Guatemala, por sus notables atractivos culturales entre los que se destacan las ruinas Meso-Americanas, los festivales culturales y las ciudades coloniales, tienen una demanda significativa como destinos culturales. Otros países de la región, aunque con potencialidades en este sentido, han experimentado un desarrollo menos importante. Cuba, además de poseer un importante patrimonio cultural, aventaja a la mayoría de los países de la región por el alto nivel de sus recursos humanos y por las perspectivas que tiene para ofrecer experiencias únicas, basadas en el comportamiento y proverbial amabilidad de los cubanos, la forma de vida, las tradiciones, las creencias e ideas, el arte y la religión. Sin embargo, como se señalaba anteriormente, el momento y las circunstancias en que el país comienza a desarrollar esta industria impidieron que el turismo cultural se estableciera como una opción importante.

El acercamiento diplomático entre Cuba y los Estados Unidos y la esperanza de una paulatina supresión de las restricciones de viajes de ese país hacia su cercano vecino insular han hecho que muchos investigadores destaquen el reto que este nuevo panorama impondrá al sector turístico cubano, incluido el incremento de la demanda de las actividades turísticas de corte cultural.

En este sentido J. L. Perelló(2015) plantea que como tendencia interesante, bajo el efecto del turismo norteamericano, a corto y mediano plazos, los destinos específicos dentro de Cuba, dejarán de ser los tradicionales polos de sol y playa; con sus grandes resorts todo incluido. Asimismo afirma que el influjo de este nuevo emisor hará que cobren importancia los sitios y las ciudades que, como La Habana, atesoran los recursos y atractivos que demandarán los nuevos visitantes, más motivados por la cultura, las costumbres y los espacios de vida, que por el sol y la playa.

En su análisis el investigador también reclama en estos espacios de convivencia y relaciones humanas, un rol mucho más activo para el sector privado que, según él, debe integrarse plenamente a la cadena de valor del turismo en sus dos eslabones fundamentales: el alojamiento y los espacios de ocio-restauración.

En la evolución del turismo en Cuba, desde que esta industria se convirtió en un pilar económico fundamental para el país y hasta el presente, el mercado canadiense ha desempeñado un papel relevante entre los países emisores a este destino. Es un hecho, no obstante, que la mayoría de los visitantes provenientes de este mercado viajan en la modalidad de sol y playa. Si se contrasta esta circunstancia con los criterios del investigador anteriormente citado, surge la siguiente interrogante: ¿Es el turismo norteamericano intrínsecamente más inclinado a la cultura que el turismo canadiense?

Aunque los razonamientos del mencionado experto resultan inobjetables en relación con el impacto potencial del turismo norteamericano, una lectura entre líneas podría sugerir, por una parte, que los destinos turísticos esperan pasivamente la llegada de clientes con intereses culturales y que, consecuentemente, el arribo de turistas del vecino norteño dinamizará automáticamente esta modalidad. Por otro lado; siguiendo esta lógica, podría inferirse que Canadá, como emisor de turistas a Isla, carece de segmentos interesados en el turismo cultural, sino ¿cómo se explicaría que su presencia en el destino isleño por más de cuarenta años haya priorizado la modalidad de sol y playa?

La magnitud y naturaleza del esperado impacto y sus rasgos distintivos en relación con la evolución de esta industria hasta el presente se hacen lógicas si se tiene en cuenta los siguientes aspectos de los Estados Unidos:

- cuenta con una población de alrededor de 320 millones de habitantes, con sectores de gran poder adquisitivo;
- su mayor cercanía geográfica le otorga a turoperadores y aerolíneas una competitividad superior en cuanto a los precios de los viajes;
- ostenta asimismo una comunidad cubana de más de dos millones y ha estado ligado a la Isla por estrechos lazos históricos y una relación política-económica más reciente, marcada por particulares diferencias que han signado el destino de la Isla.

Los anteriores elementos pueden explicar el carácter de las expectativas anunciadas por muchos estudiosos del tema. No obstante, el autor de este trabajo considera que, a pesar de estos atributos que pueden diferenciar al mercado turístico estadounidense del canadiense, la explotación de las potencialidades de este último para el turismo cultural ha sido insuficiente y ha estado ligada a factores tales como: la prioridad dada al turismo de sol y playa en el momento de apertura de la Isla a esta rama, debido al apremio económico del momento; la falta de experiencia del país en este campo y el carácter incipiente del desarrollo del turismo cultural. Por otra parte, las características del clima canadiense contribuyen a la existencia de una alta demanda de destinos de ocios relativamente cercanos y baratos.

Cuba cumplía ambos requisitos y en el último de ellos influía un factor que devenía valor agregado para el turismo canadiense: la inexistencia de turismo norteamericano. La falta de experiencia inicial en la comercialización de los atractivos trajo como consecuencia que, basados en estereotipos mundiales, predominaran criterios de los turoperadores y grupos hoteleros internacionales en cuanto a que ofrecer y como ofertarlo, sin tener en cuenta las particularidades del patrimonio natural y cultural del país.

Del análisis anterior se infieren con claridad las razones por las cuales la explotación del mercado canadiense se ha centrado básicamente en ofertas de sol y playa en detrimento de otras opciones posibles, tanto por las características del destino isleño como por las potencialidades de este emisor.

En el contexto actual, los destinos de la Mayor de las Antillas, al no presentar, en la modalidad de sol y playa, rasgos distintivos relevantes de aquellos del resto de la zona caribeña, comienzan a perder ventajas competitivas en relación con el mercado canadiense, debido a la potencial entrada en la escena turística cubana de visitantes estadounidenses. Estos competidores, como es lógico, han comenzado a activar estrategias de mercado para intentar beneficiarse, a partir de esta nueva circunstancia.

Por otra parte, la posibilidad de una apertura al turismo norteamericano ha disparado expectativas desde la Isla y también iniciativas desde los Estados Unidos, relacionadas con la explotación del turismo cultural.

Si bien las circunstancias en que el turismo canadiense debuta en Cuba impusieron la modalidad de sol y playa ¿por qué no existen gestiones potenciadoras del turismo cultural hacia el mercado canadiense, históricamente el más importante, sobre todo en momentos en que, a pesar del entusiasmo despertado, el turismo norteamericano hacia Cuba sigue sufriendo numerosas limitaciones y experimenta vaivenes ligados a cuestiones de índole política?

En opinión de varios estudiosos, el marcado interés hacia el mercado estadounidense y la respuesta por parte de turoperadores y agentes de viajes de ese país se justifica por los indiscutibles lazos históricos existentes entre ambos países. Esta tendencia, evidentemente, no es criticable; al contrario, resulta loable y podría ser muy provechosa para la industria turística cubana a mediano o largo plazo. No obstante, sin pretender negar las potencialidades de ese mercado, ha de tenerse en cuenta que muchos de estos viajes "culturales" han surgido como una coartada para

aprovechar una de las escasas categorías que autorizan a los norteamericanos a viajar a Cuba, lo cual podría poner en tela de juicio la verdadera esencia de muchos de ellos.

La ejecución de las estrategias de desarrollo en cualquier rama de la economía, aunque necesarias, pueden verse afectadas por otras prioridades que obligan a su postergación. Es frecuente además que los especialistas tropiecen con mecanismos burocrático-administrativos causantes de efectos adversos a sus propuestas. El autor de este trabajo intenta explicarse las deficiencias en relación con el turismo cultural, a la luz de este razonamiento.

C. H. Ramírez (2017) aporta elementos que enriquecen este análisis argumentando la necesidad de una preparación mucho mayor y mucho más compleja de los implicados e interesados en establecer lazos entre la cultura y el turismo, tanto del sector de la cultura como del turismo, incluyendo otros sectores como la comunidad. Para el citado autor el desconocimiento, de lo que es la cultura, la distinción entre la cultura en sí y la cultura como identidad nacional, y el desconocimiento de lo que es el turismo como fenómeno o como sistema complejo, constituye una de las causas fundamentales de las contradicciones que pueden existir entre la cultura y el turismo. A inicios del 2018, este ministerio anunció metas de desarrollo del sector que aspiran a una evolución positiva en este sentido, lo cual podría constituir el marco apropiado para la identificación y explotación de atributos diferenciadores que permitan a los destinos cubanos la mantención de ofertas atractivas para el mercado canadiense.

Una evaluación del patrimonio cultural cubano, del grado de desarrollo educacional, cultural y académico, del progreso de la ciencia, de la pujanza de los movimientos de creadores en las distintas manifestaciones del arte y del alto nivel de los recursos humanos en el país, no deja lugar a dudas en relación con las potencialidades existentes para la expansión del turismo cultural en cualquiera de sus variantes o más bien de todos los tipos de turismo que incorporan el enfoque cultural: comunitario, rural, agroturismo, ecoturismo, patrimonial, religioso, creativo, urbano, monumental, arqueológico, funerario, de compras, etnográfico, literario, idiomático, gastronómico, industrial y de intereses especiales entre otros.

Canadá es un país multicultural; de ahí la importancia de tomar en consideración la identidad cultural de los distintos grupos culturales presentes en el seno de esta sociedad, como una variable importante para orientarse en relación a la variedad de expectativas y exigencias que esta implica para su comportamiento como turistas y contribuir a desechar visiones estereotipadas que los reduce a consumidores de la modalidad de sol y playa.

Sin embargo, la materialización de una estrategia que pretenda incentivar los viajes de carácter cultural desde este país, tampoco debe sobredimensionar este aspecto, o sea la multiplicidad de identidades culturales presentes en el seno de esta nación, pues la estrecha relación existente entre la identidad cultural y el imaginario social, obligan a no pasar por alto el impacto que sobre ella puede tener el modelo cultural dominante. Este deviene, en muchos casos, un factor determinante en la conformación de gustos, expectativas y del comportamiento de los individuos, como turistas.

### **Características de Canadá reveladoras de potencialidades para el consumo de ofertas culturales en el destino Cuba**

Canadá es el país más extenso del mundo después de la Federación Rusa con 9.984.670 km<sup>2</sup>. La población, según Statistics Canada(2016), es de alrededor de 36 millones de habitantes y se concentra fundamentalmente a lo largo de la frontera norteamericana, pues los extensos territorios norteros están formados por las altas montañas que conforman el sistema de las Rocallosas, así como por vastas superficies de tundras que mantienen gran parte del año temperaturas extremas. En el país se encuentran las siguientes grandes regiones geográficas, por las cuales se extienden las diferentes provincias y regiones canadienses:

- Las estribaciones septentrionales de los Apalaches, que se extienden por el este hasta la isla de Terranova. En este territorio se encuentran enclavadas las provincias marítimas: Nueva Escocia, Nuevo Brunswick, Isla del Príncipe Eduardo y Terranova y Labrador.
- La región de los grandes lagos y el valle del Río San Lorenzo, que conforman el corazón de las importantes provincias de Ontario y Quebec y donde se concentra la mayor parte de la población de Canadá.
- La zona de las praderas, en el centro del país, caracterizadas por ser grandes productoras de cereales y en la cual se ubican las provincias de Manitoba, Saskatchewan y Alberta. Al norte de esta zona se extienden los Territorios del Noroeste.
- El sistema montañoso de las Rocallosas, cuya parte fundamental se localiza en Columbia británica y el territorio de Yukón.
- La vertiente pacífica, una de las regiones de mejor clima del país, perteneciente a la provincia de Columbia Británica.
- El sistema Laurentino o el escudo canadiense, territorio de tundras situado alrededor de la Bahía de Hudson, una zona poco poblada y distribuida básicamente entre las provincias de Ontario y Quebec.
- El archipiélago Ártico, que corresponde en su totalidad a la región autónoma de Nunavut.

La inmigración en Canadá se dirige, fundamentalmente, hacia las provincias más ricas y pobladas: Ontario, Columbia Británica, Alberta y Quebec. Las regiones del Yukón y de los territorios del Noroeste han sufrido en los últimos años descenso de su exigua población, debido a la inmigración interna o por lo menos su porcentaje ha decrecido respecto a la población total de Canadá. Las zonas más beneficiadas por esta inmigración son las grandes ciudades, como por ejemplo Toronto, Vancouver, Montreal, Calgary.

La distribución étnica no es homogénea. Los anglófonos se extienden por casi toda la Federación; los francófonos se concentran en Quebec, con presencia significativa en las provincias marítimas. Los indígenas viven en todo el país; pero son relativamente más numerosos en los territorios, llegando en Nunavut a formar la mayoría de la población; los mestizos (métis) se asientan fundamentalmente en Manitoba y Saskatchewan. La inmigración reciente como se ha dicho se dirige a las provincias más ricas en especial a sus grandes centros urbanos, aunque también presenta irregularidad en su distribución; por ejemplo, los asiáticos se concentran en Columbia Británica y los francoparlantes en Quebec.

En los últimos años, el número de inmigrantes a Canadá ha alcanzado cifras sin precedentes. Entre 1991 y 2000 ingresaron al país alrededor de 2,200, 000 personas en dicha condición. Según las estadísticas, el número anual de recién llegados, en este periodo, ha oscilado entre 0.6% y 0.9% de la población total.

Las tendencias se han modificado a favor de Asia, el Caribe y América Latina; regiones que, hasta ahora, no habían aportado muchos inmigrantes. Es de notar también que un número sin precedentes de refugiados, provenientes de países tercermundistas, ha solicitado el derecho a ser admitido en el país.

La composición étnica de la población es una indicación manifiesta de la diversidad cultural de Canadá. En el momento de la fundación de la Confederación (1867), la población canadiense era sobre todo de origen británico (60%) y francés (30%). En 1981, en razón de la baja natalidad y del aporte de la inmigración, los grupos de origen británico y francés no representaron más que 40% y 27% respectivamente.

Desde el 2006, los censos realizados en el país han arrojado la existencia de más de 200 orígenes étnicos diferentes, declarados por los habitantes mismos. A los grupos fundadores de origen británico y francés, le siguen en orden de importancia las comunidades de origen alemán, italiano, chino, ucraniano y las primeras naciones. Los datos de este censo permiten también constatar que 18.4% de la población asentada en Canadá nació fuera del país.

La diversidad lingüística es también parte importante del pluralismo canadiense. Según datos del censo del 2006, el inglés se mantiene en primer lugar como lengua materna con 59.1% de la población total. El francés ocupa el segundo lugar con 22.9%, mientras que la categoría de alófonos (que incluye aquellos cuya lengua materna no es ni el inglés ni el francés) representa 18%.

El análisis general de la sociedad canadiense permite determinar, grosso modo, tres grupos:

- El primero abarca a los aborígenes, los métis (mestizos) y los inuits. La ley constitucional de 1981 define estas poblaciones como pueblos autóctonos. Su representatividad con respecto a la población total del país está en ascenso. Según estadísticas del 2006, poco más de 1.3 millones de personas, o sea, el 4.4% de la población, declararon tener ascendencia autóctona, al menos por una de sus ramas familiares. A modo de comparación, la proporción de personas que habían manifestado tener ascendencia aborígen en 1996 fue de solo 3.8%.
- El segundo grupo está compuesto por los descendientes de los colonizadores europeos, es decir, las comunidades francófonas y anglófonas, que se autodefinen como los miembros fundadores de la sociedad canadiense y constituyen la mayoría relativa de la población.
- El tercer grupo está compuesto por emigrantes y sus descendientes, pertenecientes a minorías raciales y étnicas, que no forman parte de los grupos fundadores. Este último grupo se origina, fundamentalmente, a partir de principios del siglo XX, cuando el país abrió sus puertas a la inmigración proveniente de otras regiones de Europa, en especial del este y el sur de este continente. Este hecho suscitó una cierta hostilidad dentro del segmento de la población considerado como fundadores. Según hacen constar las estadísticas, la afluencia alcanzó su apogeo en la segunda década del siglo XX, cuando el número anual de inmigrantes ascendía alrededor del 5% de la población total.

En este sentido resulta además importante señalar que la cercanía a los Estados Unidos ha también desempeñado un importante rol en la conformación de la identidad canadiense. La alta tasa de migración que ha existido históricamente entre los dos países, constituye un elemento clave en las influencias culturales entre ambos países.

A partir de la Segunda Guerra Mundial la integración económica con los Estados Unidos ha ido en aumento de manera significativa. Esto se ha convertido en motivo de preocupación, especialmente para varios grupos nacionalistas canadienses, que temen por la autonomía e independencia cultural y económica en una era de globalización, dada la omnipresencia de los bienes y medios de comunicación estadounidenses en todo el territorio nacional.

No obstante, la posesión de inmensas riquezas naturales con una economía altamente diversificada, favorece su autosuficiencia e independencia. Canadá es una de las naciones más ricas del mundo, con una renta per cápita alta, muy avanzada, de alto desarrollo industrial y tecnológico. Gracias a sus grandes depósitos de combustibles fósiles y a la amplia generación de energía nuclear y energía hidroeléctrica, el país ha alcanzado autosuficiencia en este campo. Es uno de los pocos países desarrollados que son exportadores netos de energía. Canadá Atlántica tiene grandes depósitos de gas natural en sus costas, y Alberta tiene reservas importantes de petróleo y gas. Las arenas de alquitrán de Athabasca le dan al país las terceras reservas de petróleo más grandes del mundo, detrás de las de Venezuela y Arabia Saudita.

En el siglo pasado, el crecimiento de la fabricación, la minería y el sector de servicios transformó a la nación de una economía prácticamente rural a una más industrial y urbana. Como otras naciones del primer mundo, la economía canadiense está dominada por el sector terciario, que emplea alrededor de las tres cuartas partes de los canadienses. Entre los países desarrollados, el país se destaca por brindar una inusual importancia a su sector primario, en la que las industrias del petróleo y de la madera son dos de las más sobresalientes.

Las praderas canadienses se encuentran entre los mayores productores mundiales de trigo, colza y otros cereales, lo cual ha contribuido a que el país se convierta en uno de los mayores

proveedores de productos agrícolas a nivel internacional. La explotación de la madera y la minería constituyen también importantes renglones económicos, especialmente, para muchas ciudades en el norte, donde la agricultura es prácticamente imposible. De hecho, el país es el mayor productor de zinc y uranio, y ocupa un lugar destacado en la producción de otros recursos minerales, tales como el oro, el níquel, el aluminio y el plomo.

Las industrias automovilísticas y aeronáuticas, establecidas fundamentalmente en el sur de Ontario y Quebec, son las más significativas dentro del importante sector manufacturero canadiense.

La peculiar economía canadiense, donde se manifiesta un interesante equilibrio entre el libre mercado y la intervención del estado, ha favorecido las políticas sociales. La política educacional y de servicios de salud, por sus características, ocupan un lugar destacado en este contexto.

Las provincias y territorios son los encargados de administrar sus sistemas de educación y salud, los cuales, generalmente, tienen características similares, reflejan, al mismo tiempo, la historia, la cultura y la geografía propias de cada región.

Según Statistics Canada(2016), alrededor del 43% de los canadienses de 25 a 64 años de edad posee una educación postsecundaria; en el rango de 25 a 34 años de edad, la tasa de educación postsecundaria sobrepasa el 51%.

El país, en su condición de nación industrial, con un sector de ciencia y tecnología altamente desarrollado, se permite asignar casi el 1,88% del PIB nacional a la investigación y desarrollo (i+d). Consecuentemente, como resultado de estos empeños, 18 canadienses han ganado premios Nobel en física, química y medicina.

El gobierno federal inicia las políticas nacionales en áreas provinciales, como es el caso de la Ley de Salud de Canadá; las provincias, como se señalaba anteriormente, pueden disponer el establecimiento de modelos distintos a estos, pero, en la práctica, rara vez se resuelven a hacerlo. El gobierno federal, como garantía para el mantenimiento de normas razonablemente uniformes de servicios e impuestos entre las provincias más ricas y más pobres, lleva a cabo una política de pagos de compensación en aras de favorecer a estas últimas.

La valoración anterior aporta elementos de inferencia sobre los distintos sectores de la población canadiense, su actividad social dentro del contexto histórico-cultural que caracteriza esta nación en la actualidad y asimismo permite analizar e interpretar las causas, significados e influencias culturales que motivan la aparición de diversas tendencias de comportamiento de los canadienses como turistas potenciales.

Una tan variada estratificación socioeconómica, dentro de una población extremadamente diversa desde la perspectiva cultural, desacredita por sí sola todo intento de catalogar al turismo canadiense solo como consumidor de sol y playa. Al contrario, confirman las posibilidades que posee este mercado para cualquiera de las variantes del turismo cultural.

### **Ejemplos que revelan las potencialidades del mercado canadiense para el turismo cultural**

La comprensión de los fenómenos socioculturales puede convertirse en una valiosa herramienta para los profesionales en el enfrentamiento a los desafíos que tienen lugar en el mundo de los negocios contemporáneos, incluso dentro del contexto nacional. En realidad, constituye un importante soporte para entender, tanto a los socios como a los competidores comerciales, y, consecuentemente, repercute en las habilidades de gestión. Los ejemplos a continuación demuestran la validez de esta afirmación en el contexto de los servicios turísticos.

Toronto, la ciudad de donde parten la mayor cantidad de vuelos hacia el destino Cuba, es una urbe con una vida cultural intensa; en ella se encuentran numerosas instituciones culturales tales como: el Real Museo de Ontario, el mayor museo de Canadá, con importantes colecciones arqueológicas



y paleontológicas; la Galería de Arte de Ontario, donde se exhiben pinturas y esculturas de numerosos artistas de renombre internacional; el Ontario Science Centre, museo de las ciencias y la tecnología, destinado especialmente a los niños.

Esta metrópoli, el tercer mayor centro mundial del teatro anglófono, superada sólo por Nueva York y Londres, cuenta con más de 90 teatros y aquí tienen su sede varias compañías teatrales del país. La ciudad cuenta, asimismo, con dos orquestas sinfónicas, más de 50 compañías de ballet y danza, entre ellas la más prestigiosa del país (National Ballet of Canada); seis compañías de ópera, incluida la compañía de ópera más importante de Canadá y la sexta más importante de Norteamérica (Canadian Opera Company).

Esta urbe es un importante centro de la industria cinematográfica de América del Norte, y la producción de películas domésticas e internacionales es una de las principales fuentes de ingresos de la ciudad. Aquí se estrenan muchas películas americanas antes de ser lanzadas a una mayor escala. La relevancia de la industria cinematográfica en la ciudad se pone de manifiesto con el Toronto International Film Festival (Festival Internacional de Cine de Toronto), el mayor festival cinematográfico del mundo, que rivaliza con el de Cannes en importancia.

La existencia de todos estos referentes implica, al mismo tiempo, la presencia de un público habituado a consumir estos productos culturales y, por tanto, potencialmente sensible a nuestras ofertas turístico-culturales.

El atractivo de las ciudades turísticas se basa también en una serie de tradiciones y eventos, como fiestas, festivales, macro-exposiciones, entre otras., que conforman la dimensión no material de la identidad turística de cada localidad.

Los eventos culturales de la región de Holguín (Romerías de Mayo, Fiesta de la Cultura Iberoamericana, Festival de Cine Pobre, Festival del Son de Mayarí, Feria del Libro, Semana de la Cultura Holguinera entre otros), podrían ser incluidos en los catálogos de ventas de los turoperadores como una forma de satisfacer las expectativas y exigencias de segmentos de mercado donde se manifiestan inclinaciones culturales de gran variedad.

La Habana, receptora de alrededor del 50 % del turismo cultural que llega al país, se favorece de la imagen percibida que de ella se tiene en la mayoría de los mercados emisores de turismo a la Mayor de las Antillas. Las perspectivas de esta ciudad en ese sentido, al ser sede habitual de ferias y festivales, son cuantiosas. Entre estos eventos los más importantes y con mayor capacidad de atracción de visitantes internacionales se encuentran: la Feria Internacional del Libro, el Festival Internacional del Nuevo Cine Latinoamericano, el Festival Internacional de Ballet, la Feria Internacional de Turismo y la Feria Internacional de La Habana.

Por otra parte, Cuba posee un gigantesco patrimonio musical con raíces básicamente en Europa y África. Esta música se ha caracterizado por su apertura y capacidad para enriquecerse de las más diversas influencias y tendencias. Las variadas manifestaciones populares que se han desarrollado imprimen un sello particular a la música cubana, por el cual ha ganado reconocimiento internacional durante generaciones.

En la actualidad, la música cubana goza de gran popularidad y constituye uno de los productos culturales más conocidos y demandados por el turismo. Es un elemento distintivo por excelencia de la identidad cubana que ocupa un lugar importante en el imaginario de los visitantes extranjeros.

Canadá ha desarrollado una infraestructura e industria musical, con la radiodifusión regulada por la Comisión de Telecomunicaciones y de la Radio y Televisión Canadiense. La industria musical canadiense ha producido compositores, músicos y grupos de renombre internacional, al tiempo que la Academia Canadiense de Ciencias y Artes administra los premios de la industria musical de Canadá, los Premios Juno, que comenzaron en 1970. Además, en seno de la monumental

multiculturalidad del país coexiste asimismo una inmensa variedad de gustos, costumbres y tradiciones musicales.

Todos estos elementos permiten conjeturar una favorable acogida de la música cubana como factor de motivación para potenciar los viajes a Cuba. Esta conjetura se hace viable, dada la existencia en la Isla de numerosos lugares emblemáticos relacionados con la música, así como por la celebración de gran cantidad de festivales y eventos relacionados con esta manifestación artística que resultan también propensos a su puesta en valor turístico, a través de paquetes contentivos, tanto de a estancia como de las actividades culturales.

En otro orden de cosas, las prácticas relacionadas con el cuidado del medioambiente en un país pueden desarrollar en la población criterios de apreciación sobre la protección de la naturaleza, áreas protegidas y reservas naturales.

Canadá, dada su enorme extensión, posee una variada topografía e importantes diferencias climáticas, lo que proporciona una flora y fauna muy diversa. Para la preservación de estas riquezas naturales, el país cuenta con un Sistema de Parques Nacionales que abarca 46 zonas protegidas.

La existencia de estos parques responde primeramente a la idea de proteger la integridad ecológica del parque, y en segundo lugar, constituye un espacio natural a disposición de pública, que ha creado asimismo un público habituado a consumir este tipo de atractivos.

Por su parte, la Isla posee una naturaleza única con atractivos capaces de satisfacer los gustos de los clientes más exigentes, lo cual convierte al país en una plaza de indiscutibles valores para el desarrollo de un turismo de naturaleza competitivo acorde a los estándares de la región.

Cuba posee alrededor de catorce parques nacionales, cuya superficie terrestre total es de 5 142 km<sup>2</sup>, poco menos de 5% del territorio nacional cubano. Los ecosistemas protegidos son muy diversos y podrían clasificarse en las siguientes categorías:

- **cayos y arrecifes de coral** con Jardines de la Reina, cayos de San Felipe como ejemplos representativos
- **humedales.** La Ciénaga de Zapata sobresale dentro de esta clasificación por ser el mayor humedal del Caribe insular con un espacio aproximado de unas 300 mil hectáreas. Esta zona pantanosa posee el más complejo sistema de drenaje cársico de la isla de Cuba y forma parte de las regiones verdes mejor conservadas del archipiélago.
- **selvas tropicales.** El parque Alejandro de Humboldt y el parque Sierra de Cristal, debido a la compleja geología y variada topografía, han desarrollado ecosistemas únicos en la Isla, donde se encuentran representados numerosas de las 28 formas de vegetación presentes en el país y entre las cuales la vegetación de selva tropical tiene una representación destacada.
- **campo de mogotes.** En el valle de Viñales, única región dentro de esta categoría, se encuentran formaciones montañosas, llamadas mogotes. Estas colinas son formaciones geomorfológicas únicas; algunas de ellos alcanzan centenares de metros de altura y semejan una gran diversidad de formas.

La existencia de estos atractivos para el desarrollo del turismo ecológico, los prestigiosos eventos relacionados con el tema que tienen lugar en Cuba, así como la presencia en Canadá de un amplio público con predilección por este tipo de actividad turística, favorecen la integración de estos atractivos a la comercialización de las capacidades de alojamiento de hoteles todo incluido, como un valor añadido al paquete.

En Canadá, actualmente, los pueblos de las Naciones Originarias trabajan en una gran variedad de ocupaciones y muchos también viven fuera del lugar de sus ancestros. No obstante, las culturas

tradicionales de sus ancestros, aún ejercen una fuerte influencia en ellos y se manifiestan en su cosmovisión, la cual refleja actitudes espirituales e incluso políticas coherentes con esta herencia. Existen numerosos proyectos e iniciativas relacionadas con la herencia aborigen del Caribe, donde participan descendientes de las Primeras Naciones, lo cual demuestra las posibilidades generadas por el legado indígena del Caribe, no solo entre los círculos académicos propiamente dichos, sino también entre diferentes grupos de la sociedad canadiense, lo cual sería aprovechable, tanto desde el punto de vista del turismo etnológico como el arqueológico, con más posibilidades este último, dada la inexistencia en Cuba de comunidades aborígenes como tal.

Afortunadamente, en Cuba se conserva un amplio y valioso patrimonio arqueológico precolombino, en el que ocupa un lugar especial el municipio de Banes, marcado sobre todo por la presencia de residuarios pertenecientes a agricultores-ceramistas. Pese a los hallazgos que movían la presencia de los agricultores cada vez más hacia occidente y definían concentraciones de sitios en la costa suroriental, la imagen arqueológica más generalizadas de los aborígenes agricultores-ceramistas tuvo mucho que ver con Banes, lo cual explica la intensa actividad científico-investigativa del departamento de arqueología de Holguín y su disposición e interés en proyectos de puesta en valor económico de los sitios de manera sostenible y con perspectiva de impacto comunitario.

La abundancia de sitios, la existencia de importantes museos, así como de instituciones ligadas a la arqueología devienen un soporte ideal para utilizar este campo como elemento de motivación para atraer segmentos del mercado turístico canadiense, a través de ofertas de alojamiento y atractivos culturales combinados.

La experiencia del autor de la presente indagación, como guía de turismo, le ha permitido nutrirse de la observación participante y asimismo ha podido realizar encuestas con clientes canadienses que demuestran la existencia de un segmento importante de este mercado con inclinaciones por conocer y presenciar maquinarias de tecnologías antiguas, por visitar a antiguos centrales azucareros, fábricas de ron, entre otras. Cuba posee amplias posibilidades para organizar y combinar la comercialización de los hoteles de playa con atractivos de este tipo.

En el plano académico se han realizado estudios para combinar la venta de estancias con excursiones, como forma de dar un valor añadido, es decir, la idea es vender más y no exactamente promover o dar valor turístico económico a la cultura. Sin embargo, es necesario hacer un esfuerzo para incorporar iniciativas más novedosas en cuanto a oferta cultural se refiere. La presente propuesta, por su parte, pone el acento más en integrar los valores patrimoniales y eventos culturales a los paquetes turísticos, como una opción que amplíe el espectro de visitantes potenciales, en este caso, para el mercado canadiense.

Lógicamente, de esta manera, la comercialización de los paquetes involucra, no solo el habitual proceso de contratación turoperador-cadena hotelera, sino que requiere subcontrataciones con agencias receptoras e instituciones culturales, lo cual complejiza la gestión. De todas formas, existen ya mecanismos creados al efecto, los cuales, a pesar de las deficiencias que puedan existir, resultan viables para poner en práctica una estrategia de este tipo.

Entre las ventajas que presenta la propuesta se destaca su capacidad para paliar la estacionalidad, ya que algunos de estos eventos tienen lugar en temporada baja. Asimismo, resulta útil como estrategia para integrar a los paquetes productos culturales cuya comercialización, dada su naturaleza, resulte difícil. Esta posibilidad, dado el mayor alcance de la promoción, es funcional para la oferta de productos que constituyen un fin en sí mismo (festival de ballet, festival de cine latinoamericano, entre otros) y cuya flaqueza radica en el carácter especializado y restringido de su público. No obstante, los atractivos que, por sus características, no constituyen motivo para una visita o viaje también resultan susceptibles de ser incorporados a los paquetes turísticos convencionales, como elementos motivadores distintivos.

## **Conclusiones**

La insuficiente presencia del turismo canadiense en la modalidad de turismo cultural ha estado ligada a factores circunstanciales, lo cual no excluye las potencialidades que este mercado presenta para el turismo de cultura.

El esperado impacto del mercado estadounidense en el turismo cubano puede tener repercusiones negativas para el mercado canadiense, ya que el rápido incremento de los arribos de turistas de este país provocaría un aumento de la demanda, lo cual restringirá tanto la disponibilidad de habitaciones en los diferentes destinos específicos, como la competitividad de los precios. No obstante, existen segmentos del mercado canadiense, cuyo interés por las potencialidades culturales de la Isla, tiene un peso importante en sus decisiones de viaje a este destino y hace que esta propuesta pueda constituir un elemento compensatorio, tanto para la presencia norteamericana como para la relación calidad-precio.

Las excursiones, giras o visitas organizadas por las agencias receptoras van dirigidas solo a turistas ya presentes en el destino, mientras que la promoción a través del turoperador, combinada con el paquete turístico, tiene más alcance, está dirigida a toda la clientela potencial dentro del mercado emisor en cuestión, lo que convierte esta propuesta en un elemento dinamizador que amplía el espectro del posible público meta.

En este trabajo, la idea de combinar atractivos culturales y paquetes turísticos se centra solo en el mercado turístico de Canadá, sin embargo, sus presupuestos, salvando diferencias, son básicamente generalizables a cualquiera de los mercados emisores de turismo hacia Cuba.

## **Bibliografía**

- Bolaria Singh B. (2000) *Social Issues and Contradictions in Canadian Society*. Nelson Thomson Learning, Canada.
- Cedeño, O.(2016). *El desarrollo de la competencia del profesional de turismo en formación inicial*. Tesis presentada en opción al grado científico de Doctor en Ciencias Pedagógica. Universidad de Holguín.
- OECD (2009) *The Impact of Culture on Tourism*. OECD, Paris.
- Perelló, J. L. "U.S. Tourism to Cuba in the New Scenario of Bilateral Relations", en *From the Island*, no. 26. Cuba Study Group, marzo, 2015.
- Ramírez F. C. H. (2017) *Cultura y Turismo en Cuba: un debate necesario*. Dossier de intervenciones realizadas en el espacio Dialogar, dialogar de la AHS, celebrado el 31 de mayo de 2017, en la Facultad de Turismo de la UH.
- SERNATUR (2008) *Turismo Cultural Orientaciones para su desarrollo*. Publicaciones Gobierno de Chile, Santiago de Chile.
- Statistics Canada, 2016. *Canadian Census, 2016*.
- UNESCO (1982) *Conferencia Mundial sobre Políticas Culturales*. Citado en CNCA (2008) *Estudio de identificación y caracterización de recursos institucionales, normativos y financieros disponibles para el desarrollo del turismo cultural en Chile*. Corporación Chile Ambiente: Santiago de Chile.