

# El turismo en Cuba: cambios y tendencias

José Luis Perelló Cabrera  
Instituto Nacional del Periodismo José Martí  
La Habana, Cuba

Cuba es uno de los destinos turísticos más populares en el Caribe. La distensión entre Cuba y los Estados Unidos abrió la perspectiva de un *boom* turístico a la isla más grande del Caribe que podría haber representado un verdadero cambio de juego.

Cuba comparte un esquema de comercialización basado en un producto principal --sol y playa--, operado por los mismos canales de distribución que controlan los mismos mercados emisores, las líneas aéreas, y la presencia de marcas hoteleras internacionales que construyen la imagen turística de la subregión. A esto se añade el hecho singular de ser un destino-país sometido a una política restrictiva por parte del principal mercado emisor de turismo hacia la zona: los Estados Unidos. El territorio norteamericano es, a la vez, el principal receptor de inmigrantes cubanos.

En Cuba el turismo ha tenido diferentes etapas de desarrollo y perfil, muy asociadas a la situación política con los Estados Unidos. En tal sentido, se ha afirmado que el vecino del norte es su "mercado natural".

Terminada Segunda Guerra Mundial, en La Habana las actividades relacionadas con el turismo tuvieron su auge con un nuevo ciclo de inversiones en hoteles y un crecimiento del flujo de viajeros, sumado al interés por la apertura de casinos en los años 50.

**Tabla 1. Arribos turísticos a principales países del Caribe (1951-1958)**

Países	1951	%	1954	%	1957	%	1958	%
Bahamas	68,502	9.6	109,605	11.5	194,618	15.3	234,233	17.8
Puerto Rico	78,367	11.0	125,710	13.3	187,321	14.7	218,840	16.6
Cuba	188,519	26.4	199,315	21.0	272,266	21.4	211,807	16.1
U.S. Virgin Is.	44,773	6.3	78,794	8.3	120,200	9.5	140,837	10.7
Antillas Holandesas	76,372	10.7	102,298	10.8	124,970	9.8	131,942	10.1
Bermuda	88,000	12.4	101,500	10.7	116,400	9.2	130,800	9.9
Jamaica	93,626	13.1	112,808	11.9	80,704	6.3	65,700	5.0
Trinidad & Tobago	31,900	4.5	34,300	3.6	51,200	4.0	60,600	4.6
Haití	17,708	2.5	48,071	5.1	60,283	4.7	58,000	4.4
Rep. Dominicana	13,531	1.9	22,282	2.3	40,321	3.2	38,300	2.9
Barbados	11,239	1.6	14,074	1.5	23,899	1.9	24,980	1.9
Total	712,537	100	948,757	100	1,272,182	100	1,316,039	100

Fuente: Villalba Garrido (1993).

En 1958 se reportaban 7 728 habitaciones en 128 hoteles en Cuba: 4 892 en La Habana y 702 en Varadero. Ambas localidades concentraban el 72% de la capacidad hotelera. El 28% restante se diseminaba en otras regiones del país, principalmente en hoteles de baja categoría. Sin embargo, otros lugares de especial atractivo turístico continuaron sin desarrollarse.

En todos esos años el turismo se basaba en el mercado estadounidense en un 87%. Fundada en 1946, Las Vegas constituía, junto con La Habana y en menor medida Miami, el triángulo del juego y el azar (Villalba, 1993).

Finalizando los años 50, recorrer La Habana permitía observar, sobre todo de noche, grandes casinos, lujosos hoteles y fabulosos anuncios lumínicos como símbolo de una ciudad de gran atracción. Sus majestuosas instalaciones turísticas daban la apariencia de un desarrollo pleno.

Un rumbo diferente tomó el desarrollo del turismo con la etapa que se inicia en 1959 tras el triunfo revolucionario. Fueron cerrados los casinos y los negocios

ilegales. Los flujos de turistas internacionales sufrieron un fuerte descenso como consecuencia del agravamiento de las relaciones con los Estados Unidos.

A las continuas alertas y recomendaciones a los ciudadanos estadounidenses de no viajar a la Isla debido a un supuesto estado de subversión y violencia, a partir de enero de 1960 le siguieron medidas administrativas. Una de ellas inhabilitaba el pasaporte corriente para viajar al territorio nacional: se requería un pasaporte especial y la correspondiente licencia de viaje. Luego se agregó la prohibición de hacer cualquier tipo de gastos en Cuba.

El flujo de turistas internacionales decreció de 272 000 en 1957 a 87 000 en 1960. Debido a las presiones de Washington, los organizadores de viajes canadienses cerraron sus operaciones en el mercado cubano. Por similares acontecimientos, en poco tiempo franceses, alemanes, británicos y belgas hicieron lo mismo. Más adelante las cancelaron los españoles (Salinas y Mundet, 2018).

En estas circunstancias, el gobierno mexicano se planteó impulsar el desarrollo y la creación de centros turísticos en el Golfo de México y el Caribe para explotar un nuevo nicho de mercado turístico de sol y playa en México, desarrollando una nueva oferta para el mercado turístico norteamericano en el Caribe mexicano (FONATUR, 1988).

El cierre de los centros turísticos y recreativos en Cuba después del triunfo de la Revolución, y la ruptura con Estados Unidos, pueden haber despertado el interés de atraer el flujo turístico norteamericano hacia México. "Tras la desaparición de Cuba del mapa turístico, un grupo de islas se apresuró a llenar el vacío. Bahamas, Puerto Rico, Jamaica, las Islas Vírgenes, incluso centros diminutos como Martinica, Guadalupe, Saint George o Aruba competían por un flujo turístico que alcanzaba cuatro millones de visitantes al año" (FONATUR, 1988:20).

En este escenario surge el Centro Turístico de Cancún, en el Caribe mexicano, que en 1975 ya contaba con 1 322 habitaciones distribuidas en 15 hoteles y recibió 27 300 turistas extranjeros, principalmente estadounidenses. En 2000 su infraestructura de 142 hoteles contaba con 25 434 habitaciones, recibiendo 2 254 600 turistas extranjeros.

Ya en los años 80 el turismo canadiense, el emisor más cercano, se mostraba favorable a venir a Cuba. Varios turoperadores introdujeron algunos destinos cubanos en sus catálogos con atractivos programas de vacaciones, contratando vuelos *charters* para ello. En este período, y tras la elección de James Carter como presidente, se flexibilizó la prohibición de viajar a Cuba y se también se iniciaron vuelos *charters* y atraques de pequeños cruceros con excursionistas,

entre estos un "Crucero de Jazz" a bordo del *MS Daphne* que cubría un itinerario de New Orleans a Cuba (Honey y Cols, 2018).

La década de los 90 se presentó con nuevas contingencias, marcadas por el derrumbe del socialismo en los países de Europa del Este y la URSS, con los que Cuba tenía relaciones de dependencia económica y comercial. Junto a la crisis interna, se fortalecieron las leyes del embargo económico, comercial y financiero.

La compleja y adversa situación descrita hacía pensar imposible el exitoso desarrollo del turismo internacional. Sin embargo, contrariamente a todos los pronósticos, en 1990 Cuba comienza una nueva era en este rubro. Ese año se recibieron unos 300 000 turistas internacionales (Tabla 2).

A fin de proporcionar el tan necesario capital para inversiones y asegurar un flujo constante de turistas, Cuba acogió cadenas hoteleras europeas con el fin de que se asociaran con grupos hoteleros locales. Destacadas empresas extranjeras como Meliá e Iberostar fueron invitadas a firmar acuerdos de emprendimientos conjuntos y a administrar hoteles y complejos vacacionales.

Los arribos de turistas llegaron a la cifra de 745 000 en 1995, ya en 2005 los nuevos visitantes habían alcanzado los 2,3 millones. Los ingresos por turismo ascendieron a cerca de 2 300 millones de dólares (Tabla 2).

**Tabla 2. Habitaciones, visitantes extranjeros e ingresos asociados al turismo (1990-2005)**

Años	Habitaciones	Visitantes	Ingresos*
1990	12.900	340.329	243,0
1991	16.600	424.041	402,0
1992	18.700	460.610	550,0
1993	22.100	546.023	720,0
1994	23.300	619.218	850,0
1995	24.200	745.495	1.100,0
1996	26.900	1.004.336	1.333,0
1997	27.400	1.170.083	1.515,0
1998	30.900	1.415.832	1.759,0
1999	32.300	1.602.781	1.901,0
2000	34.200	1.773.986	1.948,0
2001	36.200	1.774.541	1.840,0
2002	38.350	1.686.162	1.769,0
2003	40.650	1.905.682	1.999,0
2004	41.050	2.048.572	2.114,0
2005	43.062	2.319.334	2.580,0

Fuente: Oficina Nacional de Estadísticas e Información (ONEI).

Nota. \*Ingresos en millones de dólares.

Desde inicios de la década de los 90, el turismo canadiense ha mantenido notables crecimientos (Tabla 3), lo cual ha provocado una marcada estacionalidad y la polarización de una demanda enfocada al turismo de sol y playa, modalidad todo incluido. En correspondencia con este desempeño, la política turística está dirigida hacia las playas, tanto en la comercialización de paquetes turísticos como en la infraestructura de alojamiento.

Durante los últimos años en los Estados Unidos se han manifestado intereses de sectores empresariales que se hacen sentir en el Congreso. Algunas de estas iniciativas podrían llegarse a concretarse.

Comenzando en 2013, el Plan Nacional de Desarrollo Económico y Social hasta el año 2030 del gobierno cubano reconoce que el turismo tiene un papel fundamental en el futuro del país. Se le ha considerado un sector estratégico y

se ha priorizado la construcción de nuevos hoteles y complejos vacacionales en zonas del litoral y en varios territorios urbanos con atractivos suficientes para atraer a nuevos segmentos del turismo internacional. Para Cuba, ningún otro sector puede desatar la expansión económica y generar un despegue de la agricultura y la industria como lo podría hacer el turismo, pero antes se requiere una revisión profunda de las políticas económicas gubernamentales. Aunque actualmente en curso, aún llevarán tiempo y adaptación al cambio de época.

El período de acercamiento entre los Estados Unidos y Cuba, verificado a partir de diciembre de 2014, cuando la administración Obama reanudó las relaciones diplomáticas con la apertura de las embajadas de Cuba en Washington y de los Estados Unidos en La Habana, permitió flexibilizar las restricciones de viajes a la Isla, lo cual se tradujo en un flujo creciente de visitantes y arrastró a muchos viajeros de otros mercados emisores, sobre todo europeos (Tabla 3). En este período comenzaron los vuelos comerciales directos desde los Estados Unidos. Las principales compañías de cruceros estadounidenses incluyeron en sus itinerarios a varios puertos cubanos.

**Tabla 3. Llegada de visitantes internacionales a Cuba (2013-2018)**

Mercados	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Canadienses	1.105.726	1.175.077	1.295.597	1.205.809	1.134.225	1.109.630
Estado-unidenses	92.346	91.254	160.811	284.552	619.777	638.365
Cubano-americanos	261.084	258.814	292.692	329.430	432.642	620.676
Subtotal América Norte	1.459.156	1.525.145	1.749.522	1.819.791	2.186.644	2.368.671
Alemania	115.546	139.136	175.264	242.355	243.408	208.506
Francia	96.636	103.475	138.474	187.468	209.642	197.521
Italia	95.536	112.076	137.727	191.585	228.028	177.852
Reino Unido	149.513	123.910	155.802	194.815	205.727	189.963
España	73.057	77.099	107.368	153.340	169.507	167.969
Subtotal mercados europeos	530.288	555.696	714.635	969.563	1.056.312	941.811
Otros mercados	862.575	921.904	1.060.622	1.246.223	1.446.938	1.421.798
Arribos totales	2.852.019	3.002.745	3.524.779	4.035.577	4.689.894	4.732.280

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Ministerio de Turismo (2018a).

Durante estos últimos cinco años, el turismo internacional ha mantenido ritmos estables con una tasa de crecimiento promedio anual del 13%, pese al deterioro de la planta hotelera, sobre todo urbana, y a las dificultades con las importaciones de bienes que tributan directamente a la oferta de estancia.

Otra característica que se viene observando se refiere a la concentración en unos pocos emisores. América del Norte participa en casi la mitad de las llegadas a Cuba, pero aún por debajo de la media que se observa en el Caribe.

En reiteradas ocasiones varios expertos y articulistas de los medios de prensa han señalado que la incorporación de Cuba al escenario turístico subregional traerá impactos negativos para la economía y el turismo de los estados del Caribe insular. Pero percibir la incorporación de Cuba al sistema caribeño y la normalización de las relaciones con los Estados Unidos como una amenaza es, simplemente, una aberración geoestratégica de algunos centros de poder, tanto políticos como empresariales (Perelló, 2017a).

En este escenario, el actual gobierno republicano, a pesar de anunciar la reversión de muchas de las medidas de la administración Obama sobre los viajes a Cuba; excluyó específicamente al turismo de cruceros. Hay que tener en cuenta el creciente interés de los turistas de los Estados Unidos por visitar Cuba y la seguridad que les ofrece hacerlo desde un crucero al no violar las regulaciones establecidas, así como la variedad de puertos de escala que ofrece el archipiélago cubano, superior a cualquier otro destino en la región.

En los últimos años, el arribo de visitantes en cruceros ha mostrado crecimientos muy significativos (Tabla 4). En 2013 llegaron 9 000 visitantes en cruceros (aquí se incluyen los tripulantes), mientras que en 2018 sumaron 877 000 --es decir, un crecimiento del 43% respecto al año anterior. En 2017, 23 líneas de cruceros realizaron 706 escalas en nueve destinos cubanos; de ellas, 304 en La Habana, 145 en Cienfuegos y 104 en Santiago de Cuba, los principales puertos de cruceros del país.

**Tabla 4. Llegada de turistas de cruceros y escalas (2013-2018)**

Año	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Turistas en Cruceros	9.380	19.303	28.983	220.0	613.8	877.5
Escalas	82	139	174	291	706	

Fuente: Ministerio de Turismo (2018a).

Los cruceristas de los Estados Unidos han crecido a ritmos elevados: de 171 302 en 2017 a 341 005 en 2018. Ello demuestra el interés por el destino Cuba.

En este quinquenio, la paulatina implementación de una política acelerada para el desarrollo turístico, impulsada por la actualización del modelo económico cubano, ha permitido estimular nuevas inversiones y la entrada de compañías hoteleras internacionales.

Al cierre de 2018 Cuba contaba con 69 994 habitaciones físicas distribuidas en todos los territorios de interés turístico. Las principales cadenas hoteleras nacionales --Gaviota, Gran Caribe, Cubanacán e Islazul-- concentran el 98,4% de las habitaciones (MINTUR, 2018). A estas capacidades se adicionan 24 400 habitaciones del alojamiento privado (*Bed & Breakfast*), presentes en todos los territorios del país y que resultan una oferta complementaria al sector hotelero.

Con la implementación de un nuevo marco jurídico para la inversión extranjera y las asociaciones con cadenas hoteleras internacionales, se han concertado acuerdos y constituido 13 empresas mixtas que incluyen 4 995 habitaciones en

instalaciones hoteleras y 95 contratos de administración y comercialización con compañías internacionales. Al terminar 2018, 21 cadenas hoteleras extranjeras gestionan 45 333 habitaciones —de las 69 994 con que cuenta el país—, en 124 instalaciones bajo contratos de administración y comercialización que representan el 64% de todas las habitaciones hoteleras (MINTUR, 2018).

Además, se han constituido cuatro empresas mixtas para el desarrollo inmobiliario asociado al turismo de golf: El Salado, en la Zona Especial de Mariel; Punta Colorada, en la provincia de Pinar del Río; Bellomonte S.A., en La Habana, y en Matanzas la empresa mixta Carbonera S.A. Está en etapa de negociación con el grupo financiero español Urbas, en la zona de Cienfuegos, la construcción de un complejo que se extenderá sobre una superficie de más de 1 000 hectáreas, en las que se construirán seis hoteles de lujo y gran lujo, cinco campos de golf, cerca de 3 400 villas y más de 10 000 apartamentos. Asimismo, contará con un puerto con capacidad para 400 megayates, centros comerciales y de ocio y un centro ecuestre, entre otras instalaciones.

A partir del recién concluido Esquema Nacional de Ordenamiento Territorial (ENOT) y de la actualización de un marco jurídico de protección del medio ambiente y adaptación al cambio climático, el Plan Nacional de Desarrollo Turístico hasta 2030 contempla 176 proyectos con diferentes modalidades de inversión extranjera (MINTUR, 2018). Entre estos, 30 parcelas para la construcción de nuevos resorts hoteleros mediante la modalidad de empresa mixta, 125 contratos de administración y comercialización hotelera en instalaciones nuevas y existentes, 17 contratos de administración de servicios -que incluyen centros recreativos, parques temáticos, marinas internacionales y servicios náuticos-- y 4 contratos de Asociación Económica Internacional para servicios productivos asociados al turismo.

Declarada Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO en 1982, La Habana ha recuperado su imagen cosmopolita, según el plan de desarrollo turístico. Surgen nuevas oportunidades para el desarrollo de la capital como centro dinámico para el crecimiento del turismo internacional bajo la concepción de una nueva estrategia dirigida a segmentos de mercado con mayores gastos de estancia y motivaciones distintas al turismo convencional de sol y playa.

Al finalizar el año 2017 la capital contaba con 12 116 habitaciones físicas pertenecientes a las entidades estatales. A este fondo habitacional se añaden 11 552 habitaciones en las llamadas “casas particulares” o del sector privado.

Actualmente se observa un acelerado desarrollo en la construcción y remodelación de hoteles de categoría cinco estrellas o superior, en contratos de gestión con cadenas hoteleras internacionales. Entre estas inversiones se destaca la apertura del Gran Hotel Manzana Kempinsky, instalación de alto

estándar de 246 habitaciones, el hotel cinco estrellas Packard, de 321 habitaciones, administrado por Iberostar Hotels, y el Sofitel Paseo del Prado, de 264 habitaciones, con la compañía francesa Accor.

Las políticas estadounidenses hacia Cuba pudieran prestar más atención a la evolución de los cambios y al proceso de actualización del modelo económico y social, tarea en curso que implica entender mejor la nueva y cambiante economía, así como lo que estas reformas político-económicas pueden representar en beneficio del interés nacional de los Estados Unidos. El poder ejecutivo y el Congreso deben aprovechar el proceso de reformas como una oportunidad única de distensión para el comercio y la economía en interés de los propios ciudadanos estadounidenses.

La nueva etapa del desarrollo de la actividad turística transitará de un modelo tradicional de desarrollo hotelero y una política oligopólica hacia un modelo intensivo e inclusivo con énfasis en una política que haga corresponder la diversificación de la oferta con la nueva demanda, y su autenticación en una relación coherente con la identidad cultural nacional de los productos turísticos, tanto en su conjunto como en sus numerosos componentes de lo público y lo privado. Ello equivale a la necesidad de perfeccionar la actividad turística en términos de destino integral --y no solo de un conjunto aislado de productos tradicionales.

## **Referencias**

FONATUR - Fondo Nacional de Fomento al Turismo (1988). *Una estrategia mexicana de desarrollo. Memorias sobre la creación de cinco centros turísticos integrales: la huella de Fonatur en la geografía nacional*. México DF: FONATUR.  
Honey, Martha, José L. Perelló, Jannelle Wilkins y Rafael Betancourt (2018). *Por el Mar de Las Antillas. 50 años de turismo de cruceros en el Caribe*. La Habana: Ediciones Temas.

Ministerio de Turismo (2017). *Cartera de Oportunidades para la Inversión Extranjera*. Documento de Trabajo. Edición noviembre. La Habana: MINTUR.

Ministerio de Turismo (2018). *Plan Nacional de Desarrollo Turístico 2030*. Documento de Trabajo. Dirección de Desarrollo. La Habana: MINTUR.

Ministerio de Turismo (2018a). *Desempeño del turismo internacional en Cuba. Series 2013-2017*. Documento Interno de Trabajo. Dirección Comercial. La Habana: MINTUR.

Oficina Nacional de Estadística e Información (2017). *Series Estadísticas de Cuba 1985-2015*. La Habana: ONEI.

Perelló, José L. (2016). "Desarrollo del turismo en Cuba: tendencias, políticas e impactos futuros". En *Cuba in Transition. Proceeding Association for the Study of the Cuban Economy*, vol. 26 (pp: 229-233). Washington DC: ASCE.

Salinas, Eros y Mundet, Lluís (2018). "Historical Evolution and Spatial Development of Tourism in Cuba, 1919-2017: What Is Next?". *Tourism Planning & Development* 15(3): 216-238.

Spadoni, Paolo y José Luis Perelló (2018). *The Cuban Tourism Industry: Evolution, Challenges, and Prospects*. Book Manuscript. Manuscrito presentado para publicación.

Villalba Garrido, Evaristo (1993). *Cuba y el turismo*. La Habana: Editorial de Ciencias Sociales.