

LOS PRODUCTOS TURÍSTICOS, PILARES DE LA COMERCIALIZACIÓN

Dos ejemplos del centro histórico de la Habana, Cuba

Eros Salinas Chávez
Norman Medina Pérez
Universidad de La Habana, Cuba

Para diferentes autores los productos turísticos constituyen la variable más importante del llamado marketing mix. Una vez identificadas las necesidades y deseos de los clientes, todo gira para alcanzar el éxito en desarrollar productos turísticos que los satisfagan a plenitud. En este artículo se conceptualizan los productos turísticos y sus componentes principales; se hace referencia al rol de las experiencias en la formación de los productos turísticos y a las diferencias y relaciones existentes entre ambos términos; se realiza un análisis crítico de una de las clasificaciones de productos, para finalmente explicar tres tipos de productos turísticos existentes en el Centro Histórico de La Habana.

PALABRAS CLAVE: *Producto turístico, oferta y demanda, experiencias, comercialización turística.*