



Revista de Ciencias Sociales (Ve)
ISSN: 1315-9518
rcs_luz@yahoo.com
Universidad del Zulia
Venezuela

Diversificación de la oferta turística de naturaleza: Canopy en el Paisaje Natural Protegido Hanabanilla-Cuba

Martínez de la Vega, Vivian; Pelegrín Entenza, Norberto

Diversificación de la oferta turística de naturaleza: Canopy en el Paisaje Natural Protegido Hanabanilla-Cuba

Revista de Ciencias Sociales (Ve), vol. XXVII, núm. 3, 2021

Universidad del Zulia, Venezuela

Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28068740012>



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial 3.0 Internacional.



Diversificación de la oferta turística de naturaleza: Canopy en el Paisaje Natural Protegido Hanabanilla-Cuba

Diversification of the nature tourism offer: Canopy in the Hanabanilla-Cuba Protected Natural Landscape

Vivian Martínez de la Vega

Universidad Central "María Abreu" de Las Villas, Cuba

vivianm@ehtvc.vcl.tur.cu

Redalyc: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?>

id=28068740012

Norberto Pelegrín Entenza

Universidad Técnica de Manabí, Ecuador

norberto.pelegrin@utm.edu.ec

Recepción: 19 Marzo 2021

Aprobación: 09 Junio 2021

RESUMEN:

Fundamentar, desde la ciencia, la instalación de un Canopy en el Paisaje Natural Protegido Hanabanilla, Cuba, para diversificar la oferta turística de naturaleza, constituye el objetivo del presente artículo resultante de una investigación aplicada. Se parte del diagnóstico de la zona, utilizando la metodología elaborada a partir de las consideraciones de Báez (2013); se identifican debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades que sustentan el diseño del Canopy en la zona como producto turístico sostenible y se proponen acciones a realizar a corto, mediano y largo plazo para su implementación. La observación, la revisión bibliográfica, la consulta de experiencias similares, el trabajo de campo y la discusión en grupos focales, permitió fundamentar, como resultado principal, la factibilidad y rentabilidad de la instalación del Canopy en Hanabanilla, lo que en conclusión consolidaría la definición de la zona como Parque Temático de Naturaleza, teniendo en cuenta el resto de las actividades de turismo de naturaleza que allí se realizan y entre las que se destacan el senderismo, las caminatas, la pesca deportiva, la observación de aves y el kayaks, en un paisaje de significativa belleza que tiene como atributo de posicionamiento, contar con el único lago intramontano en Cuba.

PALABRAS CLAVE: Canopy, factibilidad, turismo de naturaleza, turismo de aventuras, seguridad.

ABSTRACT:

To establish, from science, the installation of a Canopy in the Hanabanilla Natural Protected Landscape, Cuba, to diversify the nature tourism offer, constitutes the objective of this article resulting from an applied research. It starts with the diagnosis of the area, using the methodology developed from the considerations of Báez (2013); Weaknesses, strengths, threats and opportunities are identified that support the design of the Canopy in the area as a sustainable tourism product and actions are proposed to be carried out in the short, medium and long term for its implementation. The observation, the bibliographic review, the consultation of similar experiences, the field work and the discussion in focus groups, allowed to base, as the main result, the feasibility and profitability of the installation of the Canopy in Hanabanilla, which in conclusion would consolidate the definition of the area as a Nature Theme Park, taking into account the rest of the nature tourism activities that take place there and among which trekking, hiking, sport fishing, bird watching and kayaking stand out, in a landscape of significant beauty whose positioning attribute is to have the only intramontane lake in Cuba.

KEYWORDS: Canopy, feasibility, nature tourism, adventures tourism, security.

INTRODUCCIÓN

Invertir en turismo en los actuales escenarios, con una grave desaceleración económica por los azotes nefastos de la Covid-19, requiere, más que nunca, del acompañamiento de la ciencia en el proceso de toma de decisiones. Sin dejar de mencionar, que ha sido una realidad a la cual se han enfrentado las regiones ante el Covid-19 (Loor, Plaza y Medina, 2021). Gestionar la información y el conocimiento, a partir del análisis crítico de las investigaciones científicas, para hacer crecer la ciencia y aportar a la generación de nuevos conocimientos con creatividad e innovación, es un imperativo para garantizar la asertividad en el diseño de

productos turísticos para la reactivación de los servicios en condiciones que retan el desarrollo del turismo en el escenario actual.

En la última década del siglo XX y las dos primeras del siglo XXI, el turismo en áreas naturales exhibía un crecimiento del 20% anual, cinco veces más que el turismo convencional, expresado en la afluencia de 8.000 millones de visitantes por año a las áreas naturales protegidas, según reconocen Ramón, et al. (2020). Esta tendencia fue víctima de la catastrófica interrupción provocada por la Covid-19 en el mundo.

Entre los factores que tributaron a la potenciación de esta modalidad turística, Balmford, et al. (2015) identifican el incremento de las áreas protegidas; el creciente interés de la sociedad por la conservación de la naturaleza; la ampliación de su divulgación a través de los medios de comunicación; el incremento de propuestas comerciales de naturaleza; las buenas prácticas de ocio; así como el incremento del nivel de vida de la población y su nivel de formación.

Cuba añade su gran riqueza cultural, con numerosas manifestaciones locales, en todos los territorios del país. Las 50 zonas para el desarrollo del turismo de naturaleza, cuentan con un nivel aceptable de investigaciones. Ocupan un área de casi 13.000 km²; el 50% de las cuales corresponden a la montaña; el 40% son áreas costeras y el 10% son áreas de agua dulce. Las 211 áreas, identificadas dentro del Sistema Nacional de Áreas Protegidas, representan el 20,20% del territorio; de ellas, 14 pertenecen a la categoría de Parque Nacional y siete de ellas brindan uso público e incluyen el desarrollo de actividades turísticas (Centro Nacional de Áreas Protegidas, 2013).

Las universidades y los Centros de Capacitación del Turismo (CCT), han sido depositarias, por parte del Ministerio de Turismo (Mintur) en Cuba, del encargo de generar soluciones científicas a las principales problemáticas del sector en los territorios; por tanto, les corresponde contribuir desde la investigación, desarrollo, innovación, capacitación y postgrado, a la diversificación del producto turístico de naturaleza. En Villa Clara, se encuentra Hanabanilla, producto insignia en la modalidad de turismo de naturaleza, legalmente acreditado para la actividad y declarado Paisaje Natural Protegido en el Acuerdo 8045 de 2019 por el Consejo de Ministros.

En este sentido, el artículo contiene una propuesta para la diversificación de la oferta turística en la modalidad turismo de naturaleza, en una zona con grandes potencialidades de recursos y atractivos turísticos, a través de la fundamentación científica de la factibilidad de la instalación de un Canopy en Hanabanilla-Cuba.

1. TURISMO DE AVENTURA

En la Resolución Conjunta del Mintur, el Ministerio de Ciencia, Tecnología y Medio Ambiente (Citma) y el Ministerio de la Agricultura (Minagri) de 1999, se define al turismo de naturaleza como:

Todas las modalidades del turismo en que la motivación del viaje (o excursión), o la selección del destino, esté determinada por la necesidad del acercamiento y disfrute de la naturaleza, o de componentes de esta. Sus modalidades más populares son el ecoturismo, en que se busca el contacto con el medio natural, y el turismo rural, asociado al medio agroproductivo. (p.3)

La Organización Mundial de Turismo (2016), lo asume como “frontera” de todos los turismos, y punto inicial y final en los procesos experimentales del sector, a partir de reconocer como materia prima principal el patrimonio natural-cultural, con la premisa de que la degradación ambiental y la alteración de la autenticidad de los destinos turísticos derivará en la aniquilación del disfrute de la experiencia del viaje.

Como antítesis del turismo de masas lo asimilan Brouder (2012); Rogerson (2014); Biddulph (2015); Paresishvili, Kvaratskhelia y Mirzaeva (2017); Spenceley y Snyman (2017); Zambrano, Alejo y Zambrano, 2019, y, Navarro, et al. (2020), quienes refuerzan la necesidad de la consideración de la experiencia activa del visitante y su relación con la comunidad, el paisaje y la cultura local; a lo que se suma su baja densidad en áreas naturales.

En las tendencias turísticas actuales se evidencia una propensión a incorporar al turismo de aventura como parte del “turismo activo”, según Rivera (2015), asumido como categoría genérica o concepto “paraguas” que agrupa múltiples actividades, prácticas, tipologías y productos turísticos de índole recreativa y cultural, deportiva o de viajes de aventura, con denominador común en vacaciones no contemplativas, que convierten al turista en sujeto activo del viaje. En controversia, Araújo, Paul y Fraiz (2011,) enuncian el término “turismo activo o de aventura”, lo que excluye las demás modalidades de turismo incorporadas por Rivera (2015) en su definición.

Según recopilación de George Washington University y de School of Business, The Adventure Travel Trade Association and Xola Consulting Adventure Tourism Market Report (Tourism, Leisure & Sports, 2010), destacan como principales emisores de turismo de aventura: Estados Unidos, Alemania, Reino Unido, Francia e Italia. Los turistas de aventura, muestran 50/50% en la proporción solteros-casados, y hombres-mujeres; promedian 40 años; están en la cima de su carrera profesional y evidencian propensión a las experiencias.

En la actualidad se incrementan los destinos de aventura y la especialización de los turoperadores (TTOO) en la organización de actividades de alto riesgo. La Organización Mundial del Turismo (OMT, 2016) promueve el cumplimiento de los principios que rigen esta modalidad, pues sus ofertas pueden, combinadas, constituir un producto turístico en sí. En el ordenamiento territorial, se incorpora el uso racional de los recursos naturales, el aprovechamiento óptimo de los espacios, la equidad social y el cumplimiento de la legislación ambiental vigente.

Resulta decisivo el apoyo de los actores gubernamentales, por su poder de convocatoria, sobre el resto de los representantes, según consideraciones de Pelegrín, et al. (2020). Conceden vital importancia al entorno en los lugares de desarrollo de productos de naturaleza, en los que coexisten factores políticos, socioeconómicos, culturales y tecnológicos, que pueden actuar como barreras. En el caso de Cuba, no deben excluirse el Ministerio de Ciencia, Tecnología y Medio Ambiente (Citma), el Instituto Nacional de Planificación Física (INPF) y por supuesto, el Mintur como organismo rector.

En la oferta de turismo de naturaleza, los atractivos se perciben hoy de otro modo, tomando en cuenta su combinación con facilidades y accesos. El producto turístico de naturaleza debe tener un carácter experiencial que alimente la espiritualidad de quienes lo practican, estimule la gestión de las emociones y produzca recuerdos memorables.

2. CANOPY: UNA OPORTUNIDAD DE DIVERSIFICACIÓN Y CRECIMIENTO PARA EL PRODUCTO DE NATURALEZA

En la norma chilena de turismo de aventuras (Instituto Nacional de Normalización de Chile [INN], 2006), se define el Canopy como:

Actividad de turismo de aventuras, tiene como fin es deslizarse sobre o entre las copas de árboles y estructuras con plataformas intermedias, empleando poleas, arneses y un sistema de control (velocidad y control del cuerpo), sobre un sistema de cables, sujeto entre puntos fijos, elevado en todo el trayecto sobre el nivel del suelo y con un desnivel suficiente para que las poleas se deslicen por gravedad. Es una actividad destacada entre las tendencias actuales del turismo de naturaleza por su creciente demanda y aceptación. (p.6)

El nombre viene del dosel arbóreo, puesto que muchos de estos cables se instalan atravesando los bosques. Se registra en la historia que fue inventado en Sarapiquí, Costa Rica, por el biólogo estadounidense Donald Perry, con el objetivo de estudiar el bosque tropical. Dieciocho años después, un emprendedor canadiense, Darren Hreniuk, inauguró el primer dosel público en Monteverde y patentó la tecnología. Luna y Chávez (2001), aportan interesantes ideas a partir de las experiencias en Latinoamérica.

La construcción de un Canopy en un parque natural es una inversión rentable, puesto que el costo inicial es accesible y la recuperación del capital es muy rápida, si se acompaña de un plan de marketing exitoso, según experiencias revisadas en pioneros de la modalidad de Costa Rica y Guatemala. Para lograrlo, se deben cumplimentar estrictas medidas de seguridad, desde las plataformas que se construirán, hasta la tensión que soportarán los cables de acero, lo que es aportado por un estudio previo a la construcción, con materiales avalados por instituciones profesionales certificadas.

En la diferenciación entre un Canopy y otro, inciden la longitud de los cables, altura, velocidad, las plataformas, entre otros; sin embargo, la mayor atracción y particularidad que cada parque puede tener, es la belleza natural que ofrece la visual a quienes lo practican. Elemento clave es la capacitación en el uso, mantenimiento, medidas de seguridad y manejo del equipamiento, con el fin de que el personal cuente con las competencias profesionales para la prestación de un servicio seguro a sus clientes.

Con el desarrollo del Canopy, según Campos (2017), Cuba apunta al incremento de ofertas de vacaciones activas. El 70% del turismo en el país corresponde a la modalidad de sol y playa; de ahí la necesidad de diversificar la oferta turística mediante la incorporación de modalidades y opcionales de cultura, negocios, congresos, naturaleza, náutica, entre otras. En esta dirección, el Mintur (2014) apostó por la creación de escenarios para la instalación de Canopy; el más reciente en la ciudad de Trinidad, con fascinante vista al Valle de los Ingenios. En la región occidental, ya operaban dos estaciones de este tipo: Una en la provincia de Pinar del Río, en el Valle de Viñales; y la otra en Artemisa, en la comunidad Las Terrazas.

El Canopy de Viñales, según describe Campos (2017), está en un entorno colmado de árboles, y permite incluso que niños (mayores de 12 años) puedan subirse con un entrenador en la modalidad de tandem. Ese recorrido aéreo es de un kilómetro en cuatro trechos con ocho plataformas, en las que cinco instructores se encargan de atender a los clientes. El arnés de cada deportista puede resistir tres toneladas de peso y el cable, 25. Los grupos de turistas incluyen 12 personas, que viajan con dos guías, y la altura de los tramos mayores alcanza los 35 metros.

3. METODOLOGÍA

Para la concepción del Canopy en Hanabanilla-Cuba, se consideró la metodología para el diseño de productos turísticos sostenibles de Báez (2013), consultora costarricense en turismo de naturaleza del Mintur en Cuba, la que se complementa con la identificación de fortalezas, debilidades, amenazas y oportunidades, con el objetivo de facilitar un análisis crítico integral del escenario para la nueva propuesta.

3.1. Diagnóstico del sitio

La cuenca Hanabanilla, se localiza en la vertiente sur del sistema montañoso Guamuhaya, con un área de 192 km², de los cuales 142 pertenecen a la provincia de Villa Clara, que administra la presa Hanabanilla, el hotel allí enclavado y su central hidroeléctrica, con siete minis y microhidroeléctricas instaladas (Martínez, 2013). En la cuenca habitan 5.953 personas en 22 asentamientos, además, el lago Hanabanilla constituye un elemento de gran significancia, con aguas en buen estado de conservación, baja salinización y poca cantidad de nutrientes. El 42% de los suelos están erosionados y existe una cobertura boscosa de 43%, asimismo, Hanabanilla posee el único lago intramontano del país y la zona es un sitio ideal para el senderismo y opciones de turismo ecológico.

El hotel Hanabanilla, fue inaugurado el 26 de julio de 1975, el mismo se ubica a 52 km de la ciudad de Santa Clara, pertenece a la sucursal Islazul Villa Clara y se comercializa como tres estrellas, potenciando las modalidades de naturaleza, pesca deportiva, náutica y el turismo de eventos. Cuenta con dos puntos extrahoteleros: La base náutica y el restaurante Río Negro, ubicado en una ladera de las montañas, a 7

km del Hotel y construido al estilo taíno. Como producto insignia de naturaleza en la provincia, necesita diversificar su oferta, según las tendencias de la modalidad, en ese sentido, la instalación de un Canopy dotaría a Hanabanilla de una actividad de turismo de aventura de alta demanda.

Según aportaciones de la estación biológica de la Empresa Nacional para la Conservación y Protección de la Flora y la Fauna (ENCPFF, 2020), ubicada en la zona, en ella coexisten una vegetación exuberante de bosque semideciduo mesófilo, bosque siempre verde mesófilo, bosque pluvial montano, bosque de galería y vegetación secundaria, con 472 especies de flora. La fauna exhibe gran diversidad y endemismo, con 280 especies: Cotorra (*Amazona leucocephala*), Cartacuba (*Todus multicolor*), Tocororo (*Priotelus temnurus*), Majá de Santa María (*Epicrates angulifer*), Jutía Conga (*Capromis pilorides*), Zunzún (*Chlorostilbon ricordii*), entre otros.

Asimismo, predominan los suelos ferralíticos, rojos, lixiviados y esqueléticos naturales. El lugar tiene una altura media de 635 m sobre el nivel del mar; la temperatura media oscila entre 21 y 21,5°C; y la máxima, entre 28 y 30°C; así como las precipitaciones medias anuales superan los 1.800 mm, con una humedad relativa media anual del 78%.

Como principales problemáticas ambientales en la zona, según Martínez (2013), se identifican el manejo inadecuado de la cuenca hidrográfica, la deforestación, la insuficiente cobertura vegetal de la franja hidrorreguladora, prácticas agropecuarias inadecuadas, erosión de los suelos, insuficiente calidad del agua, afectaciones a la biodiversidad, existencia de 39 fuentes contaminantes, insuficiente educación ambiental en la población y la entrega de tierras en usufructo a personal ajeno a la Cuenca. En el país existen regulaciones sobre el turismo en áreas protegidas, entre las que se destaca la Resolución 50 del Mintur de 2014, que establece los principios y procedimientos para la aprobación de los productos turísticos de naturaleza, de aventuras y rural en el territorio nacional.

3.2. Manejo de los visitantes

El área está catalogada como Paisaje Natural Protegido en el Sistema Nacional de Áreas Protegidas en Cuba y es administrado por la ENCPFF. Según inventario aportado por Bécquer (2014), cuenta con seis senderos: Un reto a la Atalaya (17 km), La Colicambiada (11 km), La montaña por dentro (10 km), La ribera por dentro (3,4 km), El Mirador (930 m) y el sendero Los Helechos (1,3 km).

a. Inventario de los recursos turísticos: Se elaboró el inventario con las fichas correspondientes: Flora, fauna, geomorfología, clima, paisaje, hidrografía, hotel Hanabanilla, entre otros.

b. Zonificación y ordenamiento: La unidad de conservación fue fundada en el año 1991. En diciembre del 2001 Hanabanilla fue aprobada como Área Protegida de Recurso Manejado, con 1.488 hectáreas. En 2007 se concluye la Estación Biológica y en el 2019 se oficializa como Paisaje Natural Protegido.

c. Zona de conservación: Se incluyen dos subzonas: La primera, cuenca del Arroyo Trinitario y zonas aledañas; y la segunda, los mogotes cársicos.

d. Zona de uso público extensivo: Las atracciones se recorren por senderos y rutas, con atractivos como La Cascada, El Salto Verde, Los Desparramaderos y la cueva El Brollo.

e. Zona de uso público intensivo: Se limita a Río Negro, que funciona, además, como área para acampar y donde está prevista la construcción de ecoalojamientos. Este lugar presta servicio de almuerzo criollo y goza de gran aceptación por los clientes.

f. Zona histórico-cultural: Incluye la cueva El Brollo, de relevancia arqueológica y un cementerio aborigen que está en sus cercanías.

g. Zona de restauración: Es la más extensa, con degradación por actividades agrícolas, extracción de madera y silvopastoreo, deforestación y especies invasoras.

h. Zona administrativa: Se ubica cerca de Río Negro, incluye la Estación Biológica.

i. Zona socioeconómica: Se ubica actualmente entre Río Negro y la Estación Biológica.

j. Zona de amortiguamiento: Se extiende 500 m más allá del límite del área protegida, por el gran impacto que causa la actividad agrícola y ganadera.

3.3. Características de la actividad turística

Según aportaciones de la Central Hidroeléctrica, el lago cuenta con un espejo de agua de 14.9 km², una profundidad entre 30 y 40 metros y se alimenta de tres afluentes: Río Negro, Hanabanilla y Guanayara, con un potencial de 300 millones de metros cúbicos. Desde el lago se accede a La Cascada (una refrescante poceta), a paseos por el lago, recorridos por asentamientos y a Río Negro. Sobre el lago Hanabanilla (en aborigen, “pequeña cesta de oro”), se cuentan leyendas que asocian el nombre con una de las hijas del jefe aborigen Arimao, líder de la resistencia contra los españoles. Los habitantes aseguran que la india aparece en el agua en época de crecidas.

En la zona existen facilidades de alojamiento, gastronómicas y recreativas: Topes de Collantes, operado por Gaviota S.A.; y en la provincia de Cienfuegos, cascadas y estanques naturales. En paraje virgen y escondido entre montañas, se encuentra El Nicho, en el parque Guanayara, lugar paradisíaco por su vegetación, ríos, cascadas y pintorescos pueblos campesinos. En la parte de Villa Clara, se ubica el hotel Hanabanilla, con 125 habitaciones y una capacidad de alojamiento de 250 pax. Cuenta con Licencia Sanitaria, Aval Ambiental, Reconocimiento Ambiental Territorial y con el Reconocimiento Ambiental Nacional de Centro Libre de Clorofluorcarbonos.

El estudio de ciclo de vida realizado por Morales (2011), del producto hotel Hanabanilla, lo sitúa en fase de rejuvenecimiento, posterior a una de estancamiento y declive abrupto, con predisposición al desarrollo, basado en la tendencia de los mercados, la relación con intermediarios, interés de estos en el producto, recuperación de los flujos financieros, dinámica de las inversiones y diferenciación de la competencia. Ello se debe a dos hechos clave: La ejecución de importantes inversiones en la planta hotelera y la repercusión del evento internacional Turnat 2011.

El Hotel logra un elevado índice de satisfacción de clientes por la belleza de los atractivos y calidad del servicio. El crecimiento que ha experimentado el turismo nacional, influye en la minimización de la estacionalidad en julio y agosto, meses de depresión del turismo internacional. Resultan significativos los índices de crecimiento de mercados como Reino Unido (62%), Estados Unidos (28%) y el argentino, que se multiplicó por más de 10, según informes estadísticos de la sucursal Islazul 2015-2020. La tendencia al incremento de la cantidad de turistas por días en un 13%, se ha visto interrumpido por los impactos de la Covid 19.

Las agencias de viaje (AAVV), muestran interés creciente en la venta del producto, fundamentalmente Havanatur, principal emisora después de la propia agencia Islazul, las que han apostado por la inclusión del producto en circuitos y como destino de segmentos especializados, según los análisis del Consejo de Agencias en Villa Clara.

3.4. Análisis de sitio

Existen garantías de acceso a la zona y a los diferentes atractivos turísticos, a pesar de la evidencia de su necesidad de mejora. Una carretera comunica a Santa Clara, capital provincial, con el Hotel y por la provincia de Cienfuegos, se puede acceder al lugar conocido como El Nicho. Por la provincia de Sancti Spíritus, se accede a la Cuenca desde el poblado de Topes de Collantes, por una vía que se extiende hasta el poblado de Jibacoa, en Villa Clara. En la Cuenca, la principal vía de comunicación es el transporte por el lago, a potenciar con nuevas embarcaciones y la remotorización de otras.

3.5. Evaluación de los productos de la oferta actual

El hotel Hanabanilla, ofrece la oportunidad de disfrutar una experiencia de relajación y esparcimiento en un ambiente natural conservado y la realización de múltiples actividades: Senderismo, observación de aves, pesca deportiva, paisajismo, navegación, tracking. Su diseño exhibe un conjunto agradable que refuerza identidad y personalidad. Se concluyó un proyecto de señalización de sus áreas. La cortesía es un rasgo distintivo y constituye un atributo propio de la idiosincrasia campesina.

Asimismo, cuenta con servicio de teléfonos públicos y de servicio interno, grupo electrógeno y 48 paneles solares. Funciona un puesto médico que brinda primeros auxilios a clientes y personal del hotel, además se cumplen los protocolos higiénico-sanitarios fortalecidos para el actual escenario, lo que incluye la capacitación del 100% de los trabajadores por el CCT y la certificación del Hotel por un Turismo + Higiénico y Seguro.

Su programa de animación incorpora talento artístico local. Los alimentos y bebidas se ofertan en un restaurante que armoniza con el entorno natural, con una oferta gastronómica con platos de la cocina regional y local, así como un servicio rápido, eficaz y profesional. Dispone de servicio de agua las 24 horas y agua caliente (50°C) en habitaciones, además, cuenta con internet y servicio wifi. El servicio de recepción hotelera, es atendido por profesionales las 24 horas e incluye custodia de equipajes y valores, al igual que cambio de monedas. Las habitaciones tienen dimensiones superiores a 13 m².

3.6. Análisis matricial para el diseño de un producto turístico sostenible

a. Fortalezas:

1. Atractivos naturales de singular belleza y excelente estado de conservación.
2. Confluencia de administraciones de tres provincias con intereses turísticos.
3. Adeuada infraestructura tanto de alojamiento, gastronómica como recreativa.
4. Incremento de las operaciones en modalidades como el turismo de eventos.
5. Comportamiento satisfactorio de los indicadores turísticos.

b. Debilidades:

1. Insuficiencias en la comercialización.
2. Poca diversidad de opcionales turísticas.
3. Deficiente estado de las vías de acceso.
4. Deficiente estado del equipamiento náutico.
5. Escasa coordinación entre las entidades que administran la Cuenca.
6. Lentitud en decisores para aprovechar las potencialidades del lugar.

c. Amenazas:

1. Insuficiencia en estructuras de comercialización de turismo de naturaleza.
2. Vulnerabilidad ante fenómenos naturales y meteorológicos.
3. Fuerte competencia de productos de naturaleza en la región.
4. Barreras legislativas que afectan el crecimiento del turismo de naturaleza.

d. Oportunidades:

1. Incremento del turismo nacional.
2. Creciente interés por el turismo de naturaleza en Cuba y el mundo.
3. Potencialidades con el turismo norteamericano por su tradición en la zona.
4. Reconocimiento de la calidad del lugar por comercializadores y clientes.
5. Incremento de las alianzas estratégicas.

Una vez instalado el primer Canopy en Cuba, el turismo en Villa Clara mostró interés por incorporar esta actividad a la cartera de productos del territorio. Se realizaron intentos de conseguir aliados en la dirección de Desarrollo del Mintur e Islazul, se logró capacitar al Subgrupo Provincial de Turismo de Naturaleza y se planificaron visitas a los Canopy ya instalados para evaluar experiencias, así como resultados de su instalación.

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

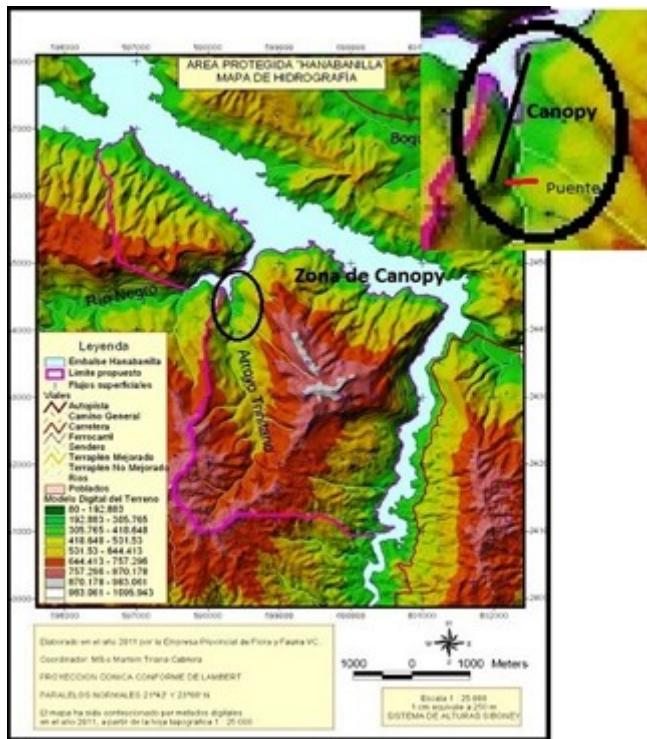
Las potencialidades de los recursos, atractivos, y la planta turística de Hanabanilla, unido a la necesidad de potenciar el crecimiento del turismo de aventuras, constituye una oportunidad para evaluar la factibilidad de instalación de un Canopy en la zona.

4.1. Propuesta de diseño del producto turístico a corto, mediano y largo plazo

Para ello, se conformó un equipo de trabajo con los autores del estudio, la especialista de la ENCPFF, un guía especializado y un espeleólogo conocedor de la zona. Se analizaron algunas propuestas: Las dos primeras, fueron desechadas porque el turista debía caminar 650 m para acceder al lugar y la segunda, por ubicarse fuera del área protegida con significativa erosión. El equipo optó por la tercera, a partir de la consulta de las normas técnicas del Instituto Nacional de Normalización de Chile (2006), para el turismo de aventuras, el Reglamento para actividades de aventuras de Costa Rica (Ministerio de Economía, Industria y Comercio y Ministerio de Turismo [MEIC-TUR], 2001) y los criterios técnicos de Pacheco y Chaverri (2011); así como de Falconí (2013), en correspondencia con los resultados del diagnóstico del sitio.

El Canopy se ubica en las inmediaciones de La Cascada. El acceso (ver Figura I) transcurre por el sendero Los Helechos, al que se llega en embarcación; a 200 m, se construye un puente colgante para cruzar el arroyo y acceder a la plataforma ubicada del otro lado, para liberar el recorrido en cable de obstáculos. Los primeros 50 m de cables pasan sobre un bosque de ribera y del cañón del río, vista de incalculable belleza, y el resto del recorrido es por encima del lago. El punto de llegada se ubica cerca del lugar de recepción de turistas en el sendero Los Helechos, y a 50 m se encuentra la Estación de Protección con servicio permanente.

FIGURA I:
Propuesta de lugar de ubicación de Canopy (negro) y puente colgante (rojo)



Elaboración propia, 2021.

La longitud del puente colgante sería de 12 m y el primer tramo de cableería sería de aproximadamente 150 m. El período de seca, en el que las embarcaciones no acceden hasta el punto de desembarco, demandaría la construcción de un pequeño muelle para la mejora del acceso al sendero. En el proceso constructivo deben utilizarse materiales de la zona (guano, madera, bambú, entre otros) siempre que sea posible.

El Canopy tour de Hanabanilla contaría con los siguientes elementos: Hotel Hanabanilla, base náutica, muelle de acceso al sendero, sendero a La Cascada, puente colgante para acceso a punto de salida, plataforma de salida, Canopy, punto de llegada, La Cascada, servicios rápidos de restauración, guías especializados y acceso a la información. La propuesta de diseño (ver Figura II) incluye acciones a corto, mediano y largo plazo. Será operado por Palmares, en coordinación con Islazul y la ENPCFF.



FIGURA II
Propuesta de diseño de producto a corto mediano y largo plazo
Elaboración propia, 2021.

Los guías especializados serán contratados por Palmares y su preparación, coordinada por el CCT con entidades con experiencia en la actividad. Se acondicionan los senderos para el acceso a los servicios; en las mayores pendientes, se conforman escalones con el mismo suelo, madera y/o bambú y el suelo se acondiciona con gravilla u otro material que permita el filtrado del agua. Se necesita estudio de capacidad de carga para evitar conflictos con el Plan de Manejo del área protegida. Experiencias consultadas operan con capacidad de carga por tramo de 12 pax; es decir, 60 personas por día durante cinco horas, asimismo, se consideran 2 horas extras, en casos de alta demanda.

Es necesario elaborar un Manual de Buenas Prácticas Ambientales, a lo que se suma el diseño de campañas de comunicación y de bien público que comprometan a todos los actores y refuerzen la vocación sostenible del turismo en la zona. Se recomienda la realización de un Estudio de Impacto Ambiental (EIA), así como para la publicidad, se emplearán vallas informativas y promocionales, folletos, volantes, las redes sociales y las páginas *web* corporativas, potenciando el *marketing* digital.

La calidad del servicio con enfoque a cliente incluye la recepción y bienvenida de los turistas, charla de seguridad para el desarrollo del *tour*, equipo de seguridad para turistas y guías, políticas de seguridad, colocación y uso del equipo de seguridad en los cables, demostración del cable escuela, la ejecución del *tour* y la despedida del turista.

4.2. Acerca de la factibilidad de la propuesta

La investigación aporta elementos de factibilidad, capaces de incidir en los decisores, a partir de la consulta de las experiencias de Marrero, Naranjo y Ruiz (2015), en la selección de las variables a considerar. En la estimación de la demanda se considera la cantidad de turistas y los ingresos generados por el producto entre

2015-2019 (ver Tablas 1 y 2), que demuestran el incremento de los indicadores como tendencia, tanto en el mercado nacional como en el internacional, lo que unido al estadio de rejuvenecimiento en el que se encuentra el producto, avalan la posibilidad de instalación de un Canopy.

TABLA 1
Arribo de turistas al hotel Hanabanilla y generación de ingresos

AÑO	CANTIDAD DE TURISTAS RECIBIDOS	INGRESOS GENERADOS (MCUC)
2015	4.752	531.7
2016	5.197	654.0
2017	4.703	1150.6
2018	8.846	1163.6
2019	16.175	1447.0

Información económica UEB Islazul Villa Clara (Baez, 2010).

TABLA 2
Comportamiento de turistas que realizan actividades de naturaleza

AÑO	TURISTAS (PAX)	INGRESOS (MP)
2015	1.916	958,0
2016	2.236	4.447,0
2017	2.052	3.026,0
2018	1.177	5.888,0
2019	1.634	8.173,0

Información estadística ENCPFF (2020).

Los estudios de la segmentación por edades, aportan que los turistas se concentran en las edades entre 30-50 años y el mercado emisor que predomina es el francés. La fuente de financiamiento del proyecto tiene como origen un presupuesto a gestionar con el Mintur. Las variables clave definidas para el cumplimiento de los resultados expuestos son: La cantidad de turistas y los costos totales de inversión.

Las experiencias consultadas durante el proceso investigativo ubican el período de recuperación de la inversión entre tres y seis meses. Su contextualización al nuevo escenario permite establecer una propuesta inicial de precios: Para turistas internacionales, 500 CUP (pesos cubanos) y para nacionales, 250 CUP por cliente. En sesiones de trabajo con el equipo que labora en la proyección del Canopy Arcoiris, patrocinado por la sucursal Palmares Villa Clara, se elaboró una proyección de los costos preliminares del Canopy Hanabanilla (ver Tabla 3).

TABLA 3
Proyección de costos del proyecto Canopy Hanabanilla

DETALLE	COSTO (MCUP)
Desmonte y acarreo de cubiertas metálicas, guano y madera; preparación de rellenos y conformación de prepisos; elaboración y colocación de columnas; conformación con pintura artística y masilla de superficie; elaboración de muros para plataformas y rampas; conformación de base maciza para empotrado de torres del Canopy.	385,0
Ubicación topográfica; pintura de la plataforma; movimiento de tierra; montaje de las plataformas; confección y colocación de escalera; colocación de cable de seguridad; colocación de cable principal tensado; puesta a punto de cable principal; poda de árboles; preparación técnica en guiado y rescate en el cable; documentación de la plataforma; manual de operaciones; bitácora de equipos; weyver; manual de mantenimiento de plataforma.	1.121,0
TOTAL	1.597,0

Elaboración propia, 2021 basado en la contextualización del proyecto Canopy Arcoiris (Sucursal Palmares Villa Clara).

Considerando solo la cantidad media de 30 pax por día en el Canopy (de los 60 que puede admitir y que deben corroborar los estudios de capacidad de carga), a los precios de venta propuestos, 24 días al mes, se obtienen ingresos mensuales por 270,0 MCUP, lo que permite concluir que el tiempo de recuperación de inversión concuerdan con los plazos adoptados por experiencias consultadas entre tres y seis meses, lo que consiente asegurar, de manera preliminar, la factibilidad y rentabilidad de la propuesta de instalación de un Canopy en Hanabanilla, ante los decisores implicados en dicha apuesta de desarrollo del turismo de aventuras en el centro del país.

4.3. Evaluación integral de la propuesta

Desde el punto científico, se constató que los recursos naturales de la zona son idóneos para el proyecto. Se dispone del área para el desarrollo del producto y su manejo adecuado. La ubicación del Canopy permitirá el acceso de los visitantes y el suministro de insumos para su funcionamiento. El proyecto genera empleos para la comunidad, representa una opción más de desarrollo económico, incide en mejora del nivel de vida de sus habitantes, preserva los valores socioculturales de las comunidades, fortalece la cultura ambiental y la sostenibilidad del turismo.

Con la incorporación del Canopy, sería acertada la denominación del producto turístico integrado como Parque Temático de Naturaleza Hanabanilla, considerando el número y la relevancia de las ofertas: Pesca deportiva, senderismo, cicloturismo, cabalgatas, observación de aves, ecoalojamientos, educación ambiental, entre otras. La instalación de un Canopy fortalecerá la oferta con una actividad de aventura de alta demanda en el mercado turístico. Con la investigación, se crean nuevas capacidades para la diversificación y desarrollo del turismo de naturaleza, alineado a la sostenibilidad del turismo en el territorio como futuro Parque Temático de Naturaleza Hanabanilla.

CONCLUSIONES

Habanilla cuenta con atractivos turísticos suficientes para su potenciación como producto de naturaleza: La instalación de un Canopy diversificaría la oferta turística actual. El estudio demuestra la factibilidad y rentabilidad de su implementación, lo que constituye un aval para los decisores.

La complejidad epidemiológica del escenario actual y las limitaciones financieras del sector del turismo, constituyen barreras para la implementación de esta propuesta; sin embargo, el turismo de naturaleza es una modalidad a potenciar, según la Organización Mundial de Turismo, en la reactivación del sector en la etapa post Covid-19.

La instalación de un Canopy en el Paisaje Natural Protegido Hanabanilla fortalecería la concepción de la zona como Parque Temático de Naturaleza. El estudio de factibilidad, la constante diversificación del producto y la evaluación de su ciclo de vida constituyen direcciones a las que se deben enfocar investigaciones posteriores.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Araújo, N., Paül, V., y Fraiz, J. A. (2011). El turismo activo o de aventura como componente destacado del turismo de naturaleza. Análisis de la oferta en Galicia. *Gran Tour*, (4), 8-31.
- Baez, J. (2010). *Estrategia participativa para el cambio aplicada a la Empresa Hotelera ISLAZUL Villa Clara* (Tesis de pregrado). Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas, Santa Clara, Cuba.
- Báez, A. (mayo de 2013). Diseño de productos turísticos sostenibles 1a y 2a parte. Eduardo Veiga (Presidencia), *Taller del proyecto internacional Sabana-Camagüey (PNUD)*, Morón, Ciego de Ávila, Cuba.
- Balmford, A., Green, J. M. H., Anderson, M., Beresford, J., Huang, C., Naidoo, R., Walpole, M., y Manica, A. (2015). Walk on the wild side: Estimating the global magnitude of visits to protected areas. *PLOS Biology*, 13(2), e1002074. <https://doi.org/10.1371/journal.pbio.1002074>
- Bécquer, J. M. (2014). *Diseño de un plan de acciones para el desarrollo del turismo rural en la cuenca Hanabanilla* (Tesis de pregrado). Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas, Santa Clara, Cuba.
- Biddulph, R. (2015). Limits to mass tourism's effects in rural peripheries. *Annals of Tourism Research*, 50, 98-112. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2014.11.011>
- Brouder, P. (2012). Creative outposts: Tourism's place in rural innovation. *Tourism Planning & Development*, 9(4), 383-396. <https://doi.org/10.1080/21568316.2012.726254>
- Campos, R. (2017). Desarrollan en Cuba turismo de aventuras mediante el Canopy. *Travel Trade Caribbean*. <https://www.traveltradecaribbean.es>
- Centro Nacional de Áreas Protegidas (2013). *Plan del Sistema Nacional de Áreas Protegidas 2014-2020*. CITMA. [tp://repositorio.geotech.cu/jspui/handle/1234/2454](http://repositorio.geotech.cu/jspui/handle/1234/2454)
- Consejo de Ministros (2019). *Acuerdo 8045. Oficialización de Hanabanilla como Paisaje Natural Protegido*. <https://www.gacetaoficial.gob.cu/sites/default/files/goc-2019-o17.pdf>
- Empresa Nacional para la Conservación de la Flora y la Fauna - ENCPFF (2020). *Plan de manejo del AP Paisaje Natural Protegido Hanabanilla*. ENCPFF.
- Falconí, V. D. (2013). *Estudio de factibilidad para la implementación de canopy en el Cantón Patate, provincia de Tungurahua* (Tesis de pregrado). Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, Riobamba, Ecuador.
- Instituto Nacional de Normalización de Chile (2006). *Norma chilena oficial NCh3025.Of 2006. Turismo aventuras – Desplazamiento en cables: Canopy, tirolesa y arborismo – Requisitos*. <http://www.calidadturistica.cl/archivos/turismo-aventura/Desplazamiento-por-Cables-Canopy-Tirolesa-y-Arborismo-Requisitos-NCh03025-CANOPY-2006.pdf>
- Loor, L., Plaza, N., y Medina, Z. (2021). Turismo comunitario en Ecuador: Apuntes en tiempos de pandemia. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVII(1), 265-277. <https://doi.org/10.31876/rcs.v27i1.35312>
- Luna, R. y Chaves, D. (2001). *Guía para elaborar estudios de factibilidad de proyectos ecoturísticos*. PROARCA/CAPAS. https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-04/semana4/4Guia_Factibilidad_Proyectos_Ecoturisticos_CAPAS.pdf

- Marrero, M., Naranjo, M., y Ruiz, A. (2015). Estudio de factibilidad económica para propuesta de inversiones del parque acuático inflable y el canopy- tour en el Parque Turístico Canímar, en la Ciudad de Matanzas, Cuba. *Retos Turísticos*, 14(1).
- Martínez, V. (2013). Diseño del Sistema de Gestión Ambiental para el hotel Islazul Hanabanilla. Trabajo presentado en evento Econdestur, Centro de Capacitación del Turismo, Villa Clara, Cuba.
- Ministerio de Economía, Industria y Comercio y Ministerio de Turismo - MEIC-TUR (2001). *Decreto No. 29421. Reglamento para la operación de actividades de turismo de aventuras en Costa Rica. Gaceta No. 77 del 23.04.2001.* <http://espanol.ilviaggiocr.com/docs/Reglamento%20de%20Actividades%20de%20Aventura.pdf>
- Ministerio de Turismo - Mintur (2014). *Resolución 50: Principios y procedimientos para la aprobación de los productos turísticos de naturaleza, de aventuras y rural en el territorio nacional. Gaceta Oficial de la República, 8 de mayo de 2014.* <http://extwprlegs1.fao.org/docs/pdf/cub133505.pdf>
- Ministerio de Turismo, Ministerio de Ciencia, Tecnología y Medio Ambiente y Ministerio de la Agricultura - Mintur-CITMA-Minagri (1999). *Resolución conjunta No. 1 - 99 sobre Turismo de Naturaleza.* https://nanopdf.com/download/resolucion-conjunta-1-1999-citma-mintur-minagri_pdf
- Morales, C. (2011). *Estudio del ciclo de vida del producto Hotel Hanabanilla.* (Resultado del proyecto de I+D). Centro de Capacitación del Turismo en Villa Clara, Cuba.
- Navarro, F., Almaguer, R., Moreno, F., y Hernández, N. P. (2020). Estrategias comunicacionales en el sector turismo. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVI(1), 77-90. <https://doi.org/10.31876/rcs.v26i1.31312>
- Organización Mundial del Turismo - OMT (2016). *Panorama OMT del turismo internacional. Edición 2016.* OMT. <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418152>
- Pacheco, A. y Chaverri, H. (2011). *Propuesta de gestión para un proyecto de instalación de Canopy en la finca Tres Equis en Turrialba* (Tesis de maestría). Instituto Tecnológico de Costa Rica, Costa Rica.
- Paresishvili, O., Kvaratskhelia, L., y Mirzaeva, V. (2017). Rural tourism as a promising trend of small business in Georgia: Topicality, capabilities, peculiarities. *Annals of Agrarian Science*, 15(3), 344-348. <https://doi.org/10.1016/j.aasci.2017.07.008>
- Pelegrín, N., Martínez, O., Pelegrín, A., y Zaballa, E. L. (2020). Senderismo como opción para pequeñas ciudades patrimoniales en regiones turísticas: Trinidad de Cuba. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVI(3), 231-243. <https://doi.org/10.31876/rcs.v26i3.33244>
- Ramón, A. M., Salinas, E., Millán, M., Labrada, O., y Rosales, Y. (2020). Evaluación de los recursos paisajísticos e históricos para el desarrollo del turismo de naturaleza en las zonas de uso público del Parque Nacional Pico Bayamesa. Cuba. *Investigaciones Turísticas*, (19), 213-239. <https://doi.org/10.14198/INTURI2020.19.10>
- Rivera, M. (2015). La oferta comercial de turismo activo de naturaleza en España: Estructuración, tendencias recientes y contextualización territorial. *Turismo y Sociedad*, 16, 85-108. <https://doi.org/10.18601/01207555.n16.06>
- Rogerson, J. M. (2014). Maximizing the local development potential of Nature Tourism accommodation establishments in South Africa. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 3(1), 1-20.
- Spenceley, A., y Snyman, S. (2017). Protected area tourism: Progress, innovation and sustainability. *Tourism and Hospitality Research*, 17(1), 3-7. <https://doi.org/10.1177/1467358416646646>
- Tourism, Leisure & Sports - T&L (2010). *Diagnóstico turismo de naturaleza en el mundo: Plan de negocio de turismo de naturaleza en Colombia.* T&L. <https://www.colombiaproductiva.com/CMSPages/GetFile.aspx?guid=e1760bd0-0060-4974-9f5d-00277ce35cc9>
- Zambrano, M., Alejo, O. J., y Zambrano, P. (2019). Factores influyentes en la lealtad electrónica hacia comunidades turísticas en línea: Caso mochileros. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXV(3), 200-217