



Revista de Ciencias Sociales (Ve)  
ISSN: 1315-9518  
rcs\_luz@yahoo.com  
Universidad del Zulia  
República Bolivariana de Venezuela

## Rediseño de la oferta de productos turísticos de naturaleza: Región Costa Sur Central de Cuba

**Pelegrín Naranjo, Lester**

Rediseño de la oferta de productos turísticos de naturaleza: Región Costa Sur Central de Cuba

Revista de Ciencias Sociales (Ve), vol. Esp. 28, núm. 5, 2022

Universidad del Zulia, República Bolivariana de Venezuela

**Disponible en:** <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28071845030>

## Rediseño de la oferta de productos turísticos de naturaleza: Región Costa Sur Central de Cuba

Redesign of the offer of nature tourism products: South Central Coast Region of Cuba

*Lestter Pelegrín Naranjo*  
*Universidad de Alicante, España., España*  
lestterpelegrinnaranjo@gmail.com

Redalyc: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28071845030>

Recepción: 17 Diciembre 2021  
Aprobación: 05 Marzo 2022

### RESUMEN:

El desarrollo del turismo tiene gran significación, pues, se encuentra favorecido por las exigencias de la demanda turística, que plantea la búsqueda de experiencias que intensifiquen el contacto con los recursos culturales y patrimoniales de un destino. En tal sentido, se ha seleccionado El Parque Natural El Cubano, por su cercanía al destino turístico ciudad patrimonial Trinidad, por la oferta de servicios extrahoteleros que brinda, teniendo como base la naturaleza cubana, con propuestas que complementan el servicio de restauración. Es objetivo del artículo, rediseñar el producto turístico del Parque El Cubano, a partir de la aplicación de metodologías validadas en la comercialización turística, considerando el criterio de satisfacer las necesidades de los clientes. Durante el proceso investigativo se aplicaron métodos y técnicas, tales como: Entrevistas, encuestas y observación. La información secundaria, fue fruto de la revisión documental, incluyendo la revisión bibliográfica. El aporte fundamental se manifiesta en el rediseño del producto realizado con la participación de trabajadores y directivos del Parque El Cubano, teniendo en cuenta las características del destino y del propio producto. En conclusión, la aplicación del procedimiento contribuyó a rediseñar el producto integrado de naturaleza y la aplicación de buenas prácticas de consumo sostenible y gestión ambiental.

**PALABRAS CLAVE:** Destino turístico, parque natural, servicio turístico extrahotelero, rediseño, gestión ambiental.

### ABSTRACT:

The development of tourism is of great significance, since it is favored by the demands of tourist demand, which raises the search for experiences that intensify contact with the cultural and heritage resources of a destination. In this sense, El Cubano Natural Park has been selected, due to its proximity to the Trinidad heritage city tourist destination, for the offer of non-hotel services it provides, based on Cuban nature, with proposals that complement the restaurant service. The objective of the article is to redesign the tourist product of Parque El Cubano, based on the application of validated methodologies in tourist marketing, considering the criterion of satisfying the needs of customers. During the investigative process, methods and techniques were applied, such as: Interviews, surveys and observation. The secondary information was the result of the documentary review, including the bibliographic review. The fundamental contribution is manifested in the redesign of the product carried out with the participation of workers and directors of Park El Cubano, taking into account the characteristics of the destination and the product itself. In conclusion, the application of the procedure contributed to redesign the integrated product of nature and the application of good practices of sustainable consumption and environmental management.

**KEYWORDS:** Tourist destination, natural Park, non-hotel tourist service, redesign, environmental management.

### INTRODUCCIÓN

El turismo tiene una gran importancia y significación, pues sin lugar a duda es una de las actividades económicas y culturales más relevantes con la que cuenta un país; un sector, caracterizado por su gran dinamismo económico. Este sector abarca diversos frentes de la economía como hotelería, restaurantes, transporte, agencias de viaje, recreación, entre otros, por lo que se considera un fenómeno social en el que confluyen varias ciencias (multidisciplinar).

Los autores de este artículo consideran que no se puede hablar de relevancia del turismo sin analizar sus dos vertientes fundamentales: La primera, dirigida al movimiento y la reactivación económica que genera en el área específica en la que se realiza; y la segunda, concebida como actividad generadora de empleos. Sin embargo, para lograr mantener esta actividad trascendental para todos, se hace necesario evaluar, actualizar

y rediseñar constantemente las ofertas turísticas. Solo de esta forma, se logrará bienestar económico, cultural y social.

El rediseño de productos turísticos es de gran notoriedad en el mundo actual y representa uno de los puntos débiles en la oferta extrahotelera cubana, donde son relevantes los productos de sol y playa. Por estos motivos, resulta crucial poder rediseñar productos turísticos cuyos valores, y atractivos sean diferentes, y contribuyan tanto al desarrollo del turismo, como al éxito de su comercialización e integren lo natural y lo histórico cultural.

El parque El Cubano, del Complejo de turismo Gaviota Topes de Callantes, con más de dos décadas de su puesta en valor, se encuentra en su etapa de madurez, pero muestra en los últimos cinco años un decrecimiento de ingresos y número de clientes, por lo que se hace necesario un estudio de este, para identificar las causas fundamentales y rescatar tan importante actividad.

Al respecto Suárez (2009), expresó que conservar un producto con debilidad puede resultar muy costoso, no solo en relación a las utilidades, sino que existen también muchos costos ocultos: Puede requerir mucho tiempo del gerente-administrador, ajustes periódicos de precios e inventarios, atención de los publicistas y vendedores, que podría dedicarse con mayor beneficio o fortalecer otros productos más productivos; todo lo cual traería consigo pérdida de reputación repercutiendo en la imagen de la empresa y sus otros productos.

De lo expresado anteriormente, se puede inducir el alcance que tiene dignificar las ofertas añadiendo nuevos valores desde la diversidad y riqueza que encierra, en este caso desde el punto de vista patrimonial, en armonía con su condición de área protegida. Se trata de un producto asociado al turismo de naturaleza.

En relación a lo anterior Cabello (2013), reconoce dentro del turismo de naturaleza a todas aquellas circunstancias en las cuales la motivación del viaje o escogencia del destino estén determinadas por el acercamiento y disfrute de la naturaleza (donde haya existido poca o ninguna intervención humana) o de componentes de ésta. Se coincide con Peñalver, Matos y Zequeira (2013), en que la introducción en el mercado de naturaleza debe concebirse muy bien, o puede provocar poca fiabilidad por parte de los turistas potenciales.

Es criterio de los autores de este artículo que para rediseñar estos productos es necesario llevar a cabo un diagnóstico del área y evaluar debilidades y potencialidades, en aras de garantizar el éxito de la intervención y la satisfacción posterior de los clientes. Además, de la aplicación adecuada de metodologías y procedimientos, como las propuestas por Gómez (2014); Nasimba y Cejas (2015); y, Muro y Saravia (2019). Por otra parte, Perelló (2001) señala que:

Se considera como producto el conjunto de técnicas y medios que se combinan para satisfacer una necesidad. Esta necesidad, expresada o no, ha de estar en el centro de la atención de los directivos y trabajadores de cualquier instalación hotelera u extrahotelera, por lo que la interacción con estos actores cuando de rediseñar el producto se trata, se torna imprescindible. (p.13)

Para la planificación, diseño o rediseño de cualquier producto turístico deben ser considerados aspectos que contribuyen al éxito (ver Figura I).



FIGURA I  
Aspectos a considerar para planificar diseñar o rediseñar un producto turístico  
Elaboración propia, 2022.

El rediseño del parque El Cubano, propuesto a raíz de este estudio, traerá beneficios a nivel social y económico. El impacto social, está dado por la posibilidad de ampliar de forma más eficaz la actividad turística al integrar la riqueza natural y cultural, la posibilidad de mostrar a los que visitan el parque, los valores del patrimonio material e inmaterial del mismo. Desde el punto de vista económico, se prevé que, con la aplicación de este procedimiento, se logre rediseñar un producto integrado, de naturaleza singular, que tribute a la diversificación de la oferta turística en el Complejo Gaviota de Topes de Collantes e incrementar los ingresos y beneficios económicos.

Por lo antes expuesto, es objetivo de este artículo rediseñar el producto turístico del Parque El Cubano, a partir de la aplicación de metodologías validadas en la comercialización turística extrahotelera, considerando el criterio de satisfacer al máximo las necesidades expresadas o no de los clientes.

## 1. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

### 1.1. El turismo de naturaleza: Retos y perspectivas

El turismo es una de las actividades más trascendentales que emprenden los países en la actualidad en busca de bienestar económico. Esta actividad no se limita exclusivamente a la diversión; es causa frecuente de desplazamiento de personas con la aspiración de extender sus conocimientos sobre los orígenes, costumbres y la cultura propia de otros países; por lo que, a pesar que la actividad turística es un factor de desarrollo para los países, sus características esenciales, no son únicamente de índole económica, sino también social, cultural, favoreciendo la adquisición de nuevos conocimientos, y crecimiento personal.

El turismo es, sobre todo, una actividad económica generadora de empleo, ingreso y desarrollo. En América Latina y el Caribe ha ocupado un espacio creciente, especialmente en la región del Mar Caribe, donde constituye ya, para muchas de sus naciones, la actividad económica fundamental. Al respecto, Bumbila (2021); y, Anzaldúa-Soulé et al. (2021), sostienen que al utilizar eficientemente los atractivos que un país posee con su naturaleza, lugares de esparcimiento, así como sitios históricos, culturales, religiosos, los cuales se exponen con orgullo por ser parte del mismo, además fomentando la participación de las comunidades, como también la aplicación de políticas de protección del ambiente, se generan ingresos significativos tanto para la localidad, como en la región o país.

En este sentido, se coincide con Pelegrin et al. (2020), en que una de las modalidades turísticas que más ha evolucionado en los últimos tiempos es sin lugar a dudas, el turismo de naturaleza, convirtiéndose en un tema significativo para las investigaciones científicas, y cobrando gran interés y relevancia en el contexto de la

pandemia Covid-19, por sus posibilidades para evitar los contagios en la búsqueda de condiciones naturales y escenarios saludables adecuados.

El turismo de naturaleza como actividad tiene su origen en el continente europeo a finales del siglo pasado, el cual se fue fortaleciendo con el surgimiento de algunos movimientos sociales, tales como el de Hombre-Ambiente, que, entre otros aspectos, fomentaba la conexión con la naturaleza. Esta modalidad turística, surge como alternativa a los efectos nocivos del turismo masivo depredador de la naturaleza y de los valores naturales y culturales que encierra, que coloca en riesgos la anhelada sostenibilidad turística.

El turismo al ser una actividad humana tiene una profunda relación con el medio ambiente, con el entorno geográfico, puesto que este es el principal recurso para que la actividad turística se pueda desarrollar correctamente; es oportuno señalar que no por este simple hecho, todos los desarrollos de actividades turísticas pueden ser llamadas como turismo de naturaleza, por llevarse a cabo en el medio natural donde vive el hombre, el turismo de naturaleza más que referirse al espacio geográfico donde se desarrolla, se describe como la relación que existe entre el hombre con la naturaleza, hallar esa conexión que unifica al ser con el entorno natural.

En tal sentido, los investigadores Martínez y Pelegrín (2021), aseguran que: “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” (p.188).

Varios investigadores han incursionado en definir este término, siendo las conceptualizaciones más significativas para este estudio las siguientes: Kurt et al. (2016), sustentan que el turismo de naturaleza se refiere a los viajes que se realizan con la finalidad de disfrutar de ambientes naturales e incluye todas las formas de turismo relacionadas con el uso de recursos naturales como paisaje, agua, vegetación, topografía, y vida silvestre, entre otros, manteniendo contacto con la naturaleza.

En esta misma línea de pensamiento, Palomino y López (2019), consideran que el turismo de naturaleza comprende las prácticas turísticas llevadas a cabo preferentemente en el ámbito natural, que se caracterizan por una actitud más participativa del turista, mayor contacto con las comunidades receptoras y sus culturas, además, con más independencia, así como libertad de acción y decisión en la experiencia turística.

En tal sentido, Ramírez y Pérez (2014), lo definen como una modalidad turística genérica conformada por particularidades específicas, cuya principal motivación es el estudio y admiración de los valores naturales, así como sus componentes culturales asociados; como también el desarrollo de actividades recreativas, físicas y de riesgo que utilicen el medio natural responsablemente, donde se garantiza la seguridad del turista, sin degradar o agotar los recursos, en beneficio de la naturaleza y las comunidades locales.

Por su parte el Sector del Turismo (SECTUR, 2006), lo reconoce como aquellos viajes o traslados que persiguen como finalidad ejecutar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza, así como las locuciones culturales que le rodean, mostrando una actitud, y disposición, de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales.

En la definiciones citadas anteriormente subyacen aspectos comunes tales como: Son prácticas turísticas en ámbitos naturales, implica la participación activa del turista, mayor contacto turista-población anfitriona o comunidad receptora o local, fomenta la protección, conservación, y difusión de sus recursos mediante la educación, así como gestión ambiental para el desarrollo sostenible, y la interpretación de los diferentes componentes del patrimonio natural y cultural; y además, es factible para dar respuesta a las nuevas exigencias del crecimiento de la demanda turística mundial, alineada a los Objetivos de Desarrollo Sostenible contemplados en la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible.

En ese sentido, el turismo de naturaleza es una actividad económica que promueve el aprovechamiento sustentable de los recursos, una alternativa sólida para la generación de empleos, una estrategia para el desarrollo de comunidades, así como un medio para la difusión del patrimonio natural y cultural.

Asimismo, el turismo de naturaleza tiene múltiples ventajas entre las que pueden citarse: Conserva y protege los recursos naturales, valora las manifestaciones naturales locales e integra las poblaciones a la

oferta, crea conciencia acerca de la protección del medio ambiente, tiende a mejorar la calidad de vida de los pobladores del destino, tiene un impacto mínimo sobre el medioambiente, crea conciencia y respeto a la cultura local y medioambiental, ofrece experiencias positivas para todos, emplea, así como beneficia a las comunidades, y además, educa a los visitantes acerca de los problemas políticos, sociales y ambientales locales.

## 2. METODOLOGÍA

La revisión bibliográfica permitió elaborar el Cuadro 1, con un resumen de algunos de los procedimientos o metodologías para el diseño de productos turísticos propuestos por diversos autores con posterioridad al inicio del presente siglo.

**CUADRO 1**  
Algunos procedimientos o metodologías para el diseño de productos turísticos.

Nombre	Autor	Etapas que comprende
Metodología para diseñar productos	Barbosa y Pasada (2010)	Definir objetivos del producto Definir concepto de producto Estructuración del producto
Metodología para el diseño de un producto turístico.	Machado y Hernández (2007)	Inventario de atractivos Generación de ideas Diseño y lanzamiento del producto
Proceso de desarrollo de productos	Norman (2008)	Investigación y definiciones previas Diseño y preparación Prueba del producto y puesta en el mercado. Monitoreo y evaluación
Guía metodológica para proyectos y productos de turismo cultural sustentable	Consejo Nacional de la Cultura y las Artes de Chile (CNCA, 2014)	Identificación del cliente Identificación del producto Preparación del producto Calcular precio, inversión y retorno de la inversión Evaluar factibilidad de compra
Metodología de planificación Estratégica	Cevallos, ramos y Cedeño (2021)	Definición de metodología y contenido Análisis del recurso Diagnóstico Síntesis y conclusiones Objetivos del plan de desarrollo Definición de estrategias competitivas
Procedimiento para incorporar atractivos culturales a los productos turísticos	Partido et al. (2009)	Preparación Diagnóstico del producto turístico territorial Análisis del mercado Diseño de las acciones

Elaboración propia, 2022.

Los autores constataron que, a pesar de la gran variedad de procedimientos existentes para el diseño de productos turísticos, los resultados no se identifican en toda su magnitud con los propósitos y alcance de la investigación referidos a: Rediseñar el producto turístico del Parque Natural El Cubano. Por la razón expuesta, se adoptaron los criterios siguientes para llevar a cabo el procedimiento: a) Aplicación de la legislación cubana respecto a los recursos turísticos y atractivos del parque; b) Aplicación del plan de manejo del área; c) Aplicación de los principios del desarrollo sostenible; d) El análisis de la demanda y el acondicionamiento del producto en función de las necesidades de los clientes; e) La gestión de las emociones a través de la interpretación del patrimonio para generar una experiencia singular y única; y, f) Integración en la puesta en valor turístico de las potencialidades naturales, históricas y culturales del parque.

El procedimiento diseñado difiere de los anteriormente analizados, debido a que tiene en cuenta la integración de los atributos del patrimonio cultural y natural, lo tangible, lo intangible, las necesidades y expectativas de los clientes, a partir del estudio de la demanda y los cambios que se operan en los mismos. Incorpora, además, la interpretación del patrimonio como herramienta fundamental para su conservación y difusión, factor generador de experiencias únicas, así como la presencia de intérpretes del patrimonio local que sean capaces de transmitir esas experiencias. En ese sentido, la Figura II ofrece una representación del procedimiento para el rediseño del Parque El Cubano.



FIGURA II  
 Procedimiento para el rediseño del producto turístico integrado  
 Elaboración propia, 2022.

### 3. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

La concepción del proceso de cambio y la identificación de las necesidades, permitió precisar el tiempo de explotación, así como la necesidad de integrar todas las potencialidades del parque con la finalidad de lograr un verdadero producto integrado, que realizara toda la riqueza natural, histórica y cultural del área, el mantenimiento, como también aumento de la capacidad en la gastronomía para el turismo internacional, el mantenimiento del vial de acceso, como del sendero, y los cambios en los carteles interpretativos e informativos.

También resultó significativo el rediseño del sendero ecuestre, la creación de un producto para el turismo nacional con opcionales gastronómicas, elaboración del proyecto en el área de la cocina, almacén y baños para el turismo internacional y nacional, que responda a las exigencias de los clientes, los turoperadores y el Ministerio de Salud.

El estudio del marco legal regulatorio, permitió asumir la conducta del diseño para el uso público del área por el equipo planificador; de manera que cada acción y proceso actual y futuro resultara compatible con las normas establecidas, así como las nuevas leyes que en materia de medio ambiente se promulguen en la Gaceta Oficial de la República de Cuba.

La revisión del plan de manejo del área, de la zona de uso público y su utilización como área de recreación, así como el estudio del Reglamento de Uso Público y el análisis del cumplimiento de las tres dimensiones de la sostenibilidad, como también su monitoreo mediante el programa de educación ambiental, aportó elementos sustanciales para la proyección del rediseño.

El establecimiento de estas consideraciones, constituyeron uno de los resultados más notables del estudio, tal como se muestra en el Cuadro 2. En ellas se previó considerar que las cargas propuestas, así como los precios de las ofertas serán revisadas cada año de acuerdo con los resultados de los monitoreos, eventos de carácter natural o provocados por el hombre como incendios forestales, contaminación de las aguas, entre otros; lo que implica la toma de acciones por el equipo técnico del área y sus administradores.

## CUADRO 2

### Regulaciones establecidas para el disfrute de los valores del Parque El Cubano

No.	Actividades	Capacidad de carga	Frecuencia
1	Sendero Interpretativo Huellas de Historia.	3 grupo de hasta 20 personas en época de primavera. (total) 4 grupos de hasta 20 personas en época de seca. (total)	Intervalo de una hora entre grupos.
2	Sendero Ecuestre.	2 grupos de hasta 8 personas en época de seca. 2 grupo de hasta 4 personas en época de primavera.	Intervalo de dos horas entre grupos.
3	Ruta turismo especializado (trekking)	1 grupos de hasta 20 personas en época de seca. 1 grupos de hasta 10 personas en época de primavera.	Intervalos de 1.5 horas intergrupos.
4	Observación de aves.	2 grupos al día, hasta 8 personas, uno en el área de Grau, y el otro en el área de Javira.	Cada grupo realiza la actividad en sitios independientes.
5	Interpretación del patrimonio histórico-cultural. Sitio arqueológico.	(Acceso libre con regulación de la carga instantánea hasta 10 personas con una carga diaria de 80 personas/día)	Intervalos de 40 minutos inter grupos.

Elaboración propia, 2022.

Conjuntamente con estas regulaciones se previó la reglamentación para el uso público, que abarca en su conjunto una variedad de aspectos, entre los cuales se incluyen también los relacionados con la sostenibilidad del recurso. Entre ellos pueden citarse, la necesidad de respetar los horarios establecidos para las visitas; el acceso a los senderos sólo se realizará en compañía de un guía autorizado, y los menores de 13 años deberán ser acompañados por un adulto; los paseos ecuestres, deben realizarse con el equipamiento de protección indispensable; los visitantes deben permanecer junto al guía y no salirse del sendero; no trasladar de lugar objetos o materiales que se encuentren durante el recorrido.

Asimismo, respetar la dieta y los hábitos de vida de los animales que encuentre en el área y no introducir nuevas especies de la flora o la fauna; abstenerse de fumar o de hacer fuego; evitar la música y otros ruidos fuertes que perturban los ambientes naturales; consumir bebidas alcohólicas, así como portar armas de fuego o explosivos; y, recoger los deshechos que puedan producirse.

Desde el punto de vista social fueron valoradas las consecuencias sociales de la actividad de la empresa en todos los niveles: Los trabajadores (condiciones de trabajo, nivel salarial, entre otros); los proveedores, los clientes, las comunidades locales, y la sociedad en general, necesidades humanas básicas. Además, la revisión de las normas de seguridad establecidas y las diversas acciones, que garanticen la integridad del turista en cualquier emergencia, incluyendo las instalaciones médicas, fue objeto de debate en los grupos focales.

No es posible sostener un producto turístico de naturaleza si no se toman en cuenta los aspectos culturales identitarios del espacio o región donde estos se desarrollan; en ese sentido, en este estudio, se trata de agrupar y concebir todos aquellos elementos que hasta hoy no se habían tomado en cuenta y resultaban transparentes al visitante. Como parte de la estrategia de gestión ambiental del Parque, se consideró la eficiencia del sistema de manejo de desechos sólidos y líquidos, lo cual requiere la clasificación completa de los mismos y la preparación de condiciones para su reciclaje.

Dentro de los recursos a monitorear que se encuentran dentro del área de uso público, fueron propuestos 7 aspectos referidos a la vegetación; 4 relacionados con la fauna; 4 con la geología y los suelos; 3 con el agua; 3 con la infraestructura; y, 4 relacionados con el paisaje y el patrimonio. Asimismo, el estudio del mercado y de sus nuevas tendencias, incluyó la caracterización de la demanda de los principales mercados emisores de ecoturistas; la identificación de dicha demanda por modalidades según la tendencia de los principales mercados emisores; y el estudio del perfil del ecoturista.

De igual manera, los seis mercados emisores analizados constituyen una fuente de visitantes a la zona turística de la región Centro Sur de Cuba con énfasis en Trinidad, si todos los productos turísticos de esta región se unen con ese objetivo esencial y hacia un fin común. Resulta interesante también destacar que, para los destinos analizados, se aprecia que potencialmente el Parque El Cubano, puede brindarle más del 60% de las modalidades turísticas que ellos demandan, tal como lo muestra el Cuadro 3.

## CUADRO 3

## Mercados emisores, demandas y porcentaje de modalidades que puede satisfacer el parque “El Cubano

Mercados emisores	Principales demandas	% que puede satisfacer
Alemania	Viajes de descubrimiento (visitas a espacios naturales, culturas y tradiciones autóctonas) Senderismo. Cicloturismo. Observación de la Flora y la Fauna.	80%
Reino Unido	Visitas a áreas reservas naturales y áreas protegidas (senderismo, cabalgatas, cicloturismo) Cicloturismo	60%
Italia	Actividades al aire libre. Patrimonio natural y cultural. Senderismo. Observación de la flora y fauna.	100%
Canadá	Visitas a áreas protegidas y reservas naturales. Descubrimiento de culturas y patrimonios. Observación de aves. Viajes de culturales y de aprendizaje.	80%
España	Descubrimiento de culturas y comunidades autóctonas. Senderismo (a pie, a caballo, en bicicletas) Observación de la flora y la fauna. Observación de aves.	80%
Estados Unidos	Observación de la flora y la fauna. Viajes de arqueología, botánica y geología.	60%

Elaboración propia, 2022.

Para el inventario de atractivos, se utilizó de referencia los listados taxonómicos que apoyan el Plan de Manejo del área; sin embargo, es importante diferenciar éstos de los inventarios de atractivos con fines turísticos. Dentro de los valores florísticos, se localizaron 9 recursos; 6 pertenecientes a los valores faunísticos; dentro de los valores hidrológicos se identificaron 5 recursos; y 7 dentro de los valores topográficos. Dentro de los valores edáficos, se evaluaron 4 recursos; y 2 dentro de los valores paisajísticos. Dentro de los valores culturales se identificaron 8 recursos.

La escala de valores utilizada fue de: Buena, de 1 a 3 puntos; Regular, de 4 a 6 puntos; y Mala, de 6 a 9 puntos. Asimismo, para la evaluación de las potencialidades de los recursos naturales e históricos culturales, en su carácter interpretativo como componente muy importante para el rediseño del producto, se empleó la metodología propuesta por Peláez, Basulto y Villalón (2018).

La conversión del patrimonio en producto turístico requiere del rediseño del nuevo producto que partiendo de sus atributos diferenciadores que se desean, se adapte a las características de cada mercado. Los 13 atractivos fundamentales del parque se evaluaron cuatro veces en función de reafirmar cuantitativamente su potencial turístico, lo cual se muestra en la Tabla 1. Esta agrupación permite determinar cuál de ellos resulta imprescindible dentro del producto del Parque; además, posibilitará determinar si el concepto del producto se corresponde con los requerimientos actuales y futuros del mercado.

TABLA 1  
Evaluación de los atractivos para lograr una propuesta funcional

Atractivos evaluados	Evaluación del recurso turístico	Calidad Geoecológica	Evaluación del recurso/utilidad	Reiteración de los recursos turísticos/ modalidad	Promedio
Flora	2	2.7	1.8	1.7	2.87
Fauna	3	2.7	3	3	2.92
Sendero Interpretativo	2.8	2.7	3	3	2.87
Casa del Campesino	2.8	2	2.7	2	2.37
Río Javira	2.8	2.7	3	3	2.87
Cascada Javira	1	1	1	1	1
Sitio Arqueológico Ruinas de la Quinta Bécquer	2.8	2.7	2.7	2	2.55
Cuarteto música tradicional.	3	3	3	2	2.75
Cuadra equina	3	2	2	2	2.25
Estanques de cultivo del pez gato	3	2.7	2.7	2	2
Servicios de restauración	2.8	3	2.8	2	2.65
Embalse La Pastora	4	4	4	1	3.25
Área acampada	1	1	1	1	1
Sitio Arqueológico Ruinas de la Quinta Bécquer.	2.8	2.7	2.7	2	2.55

Nota: 1-3 Bueno 4-6 Regular 7-9 Malo Fuente: Elaboración propia, 2022.

Los criterios económicos deben ser analizados como parte del rediseño de los productos. La Tabla 2, muestra los precios contratados y públicos, establecidos para las ofertas turísticas del parque, y en la Tabla 3, se puede apreciar el comportamiento del arribo de turistas, así como los ingresos en los últimos 5 años.

**TABLA 2**  
Precio contratado y precio público de las ofertas turísticas del parque El Cubano

Ofertas turísticas	Precio contrato	Precio publico
Acceso Trekking (caminatas )	168.00	240.00
Cabalgatas	216.00	264.00
Almuerzos ligeros grupos	144.00	168.00
Almuerzos y cenas (menú de la casa )	336.00	370.00
Acampadas grupo e individual	120.00	132.00

Nota: UM: Pesos cubanos 24 Pesos = 1 USD. Fuente: Elaboración propia, 2022.

**TABLA 3**  
Arribó de turistas – ingresos al parque el cubano. Año 2015 – 2020

Concepto	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Arribo	51.736	70.518	63.377	43.765	52.505	16.131
Ingresos	508.972	716.325	648.735	470.374	558.244	172.882

Elaboración propia, 2022.

Es de significar que en el año 2021 solamente se recibió turismo en el primer semestre (enero-marzo), el resto de los meses estuvo cerrado por la pandemia Covid-19. Por eso se decidió incluir el año 2015.

Una vez superado el diseño de producto, y considerados los criterios económicos, se desarrollan diferentes estrategias, estas deben estar en función de este, y las adecuaciones que deben tener en dependencia del segmento de mercado, además de todos los planes de contingencias en caso necesario. La misma incluye la estrategia de producto y la estrategia de precios. Además, la estrategia de posicionamiento del parque natural El Cubano, como un producto integrado de naturaleza en la región Centro Sur de Cuba que se diferencie del resto de los productos de naturaleza, y en el cual los elementos diferenciadores del producto estarán enfocados a la integración de la historia y la cultura local del parque con sus altos valores naturales.

Para ello resulta necesario, complementar las acciones con una adecuada estrategia de comunicación, utilizando la información directa (a través de la presentación) del producto y mediante la creación de materiales propios, así como especializados, sin obviar la estrategia emocional consistente en la gestión de las emociones y experiencias, a través de la interpretación del patrimonio y la creación de recuerdos únicos. Por último, forman parte del rediseño del producto el seguimiento y mejora continua de todos los procesos, como también de las acciones que garantizan el cumplimiento de la estrategia, al igual que la adopción de medidas de corrección en caso necesario.

## CONCLUSIONES

En la búsqueda realizada en la literatura científica se constató gran variedad de procedimientos existentes; sin embargo, no se encontró un procedimiento documentado que responda en todas sus posibilidades al objeto de estudio, por lo que se diseñó y aplicó un procedimiento que permitió el rediseño de un producto turístico

integrado de naturaleza desde una perspectiva de mercado, con el objetivo de lograr la satisfacción del cliente, la conservación del patrimonio de uso turístico, así como el desarrollo económico y social de la comunidad a partir de la generación de nuevos empleos.

Desde el punto de vista teórico metodológico, el rediseño de producto turístico integrado de naturaleza en el contexto de las áreas protegidas cubanas debe considerar los aspectos legislados y el plan de manejo del área, las aportaciones referidas a las mejores prácticas de gestionar modalidades turísticas presentes en el área de estudio, y sus tendencias contemporáneas de éxito referido a este tipo de producto, así como el respeto al paradigma del desarrollo sostenible, dimensiones e indicadores de sostenibilidad, con la finalidad de presentar un producto de naturaleza que ofrezca al visitante los valores naturales, histórico y culturales de manera integrada para gestionar emociones y provocar recuerdos únicos, singulares y memorables.

El parque natural “El Cubano”, es rico en valores naturales (patrimonio natural paisajístico con una riqueza exclusiva en su flora y fauna); en su patrimonio histórico cultural tangible e intangible (leyendas, tradiciones, arqueología asociada al desarrollo económico y auge de la villa en la colonia); asimismo, en recursos turísticos y atractivos que en una concepción integrada del producto añaden valor de uso turístico e impactan en el visitante.

La aplicación del procedimiento contribuyó a rediseñar el producto integrado de naturaleza del parque El cubano, que presenta al visitante nuevos valores añadidos tales como: La interpretación del patrimonio (histórico, cultural, natural, arqueológico, arquitectónico); el rediseño del ecoalojamiento; cambios en la infraestructura; equipamiento y la participación de la comunidad local; la capacitación de los trabajadores, directivos, actores y gestores comunitarios, mediante el programa de educación ambiental; así como la aplicación de las buenas prácticas de consumo sostenible y gestión ambiental, revertido en la mejora continua de la oferta para satisfacer las necesidades de los clientes mediante opciones para los diferentes segmentos de la demanda. Sin embargo, son necesarias nuevas investigaciones que aborden la gestión integrada de los destinos de naturaleza.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Anzaldúa-Soulé, K. R., Almazán-Adame, A. A., Lorenzana, O., y Saldaña, M. (2021). Potencial paisajístico de la Laguna de Coyuca de Benítez: Detonante de productos sustentables en Acapulco-México. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVII(2), 80-97. <https://doi.org/10.31876/rsc.v27i2.35890>
- Barbosa, A. J., y Parada, O. (2010). Propuesta de un procedimiento para el análisis de la demanda turística. *TURyDES*, 3(7), 11-17.
- Bumbila, B. B. (2021). Turismo rural en Crucita-Ecuador: Una mirada desde la fortaleza del género. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVII(2), 401-416. <https://doi.org/10.31876/rsc.v27i2.35928>
- Cabello, C. (2013). Actividad turística y naturaleza [Tesis de pregrado, Universidad de Valladolid]. <https://uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/3446/TFG-B.281.pdf?jsessionid=370597B7B85EFCFE429F7F8BD8A93559?sequence=1>
- Cevallos, G. E., Ramos, Y., y Cedeño, E. R. (2021). Metodología para la planificación estratégica prospectiva de la gestión académica en los Institutos Superiores Tecnológicos públicos de la provincia Santo Domingo de los Tsáchilas. *Revista Universidad y Sociedad*, 13(2), 217-227.
- Consejo Nacional de la Cultura y las Artes de Chile (2014). Guía metodológica para proyectos y productos de turismo cultural sustentable. Editorial Patrimonia consultores.
- Gómez, G. (2014). Procedimiento metodológico de diseño de productos turísticos para facilitar nuevos emprendimientos. *Retos: Revista de Ciencias Administrativas y Económicas*, 4(8), 158-171. <http://dx.doi.org/10.17163/ret.n8.2014.08>

- Kurt, S. S., Düzgünes, E., Kurdoğlu, B. C., y Demirel, Ö. (2016). Example study about Meryemana Valley (Trabzon / Turkey) for determining the potential campground in the scope of nature tourism. *Journal of Environmental Protection and Ecology*, 17(2), 576-583.
- Machado, E. L., y Hernández, Y. (2007). Procedimiento para el diseño de un producto turístico integrado en Cuba. *Teoría y Praxis*, (4), 161-174.
- Martínez, V., y Pelegrín, N. (2021). Diversificación de la oferta turística de naturaleza: Canopy en el Paisaje Natural Protegido Hanabanilla-Cuba. *Revista de Ciencias Sociales (Ve)*, XXVII(3), 185-200. <https://doi.org/10.31876/rsc.v27i3.36764>
- Muro, M. N., y Saravia, M. D. C. (2019). Tourist products methodology for its elaboration: cultural and historical product in the coast district, Buenos Aires province, argentine republic. *Journal of Tourism and Heritage Research*, 2(1), 123-156. <http://www.jth.r.es/index.php/journal/article/view/34>
- Nasimba, C. M., y Cejas, M. F. (2015). Diseño de productos turísticos y sus facilidades. *Revista Qualitas*, 10, 22-39.
- Norman, J. S. (2008). Proceso de desarrollo. Comercialización. Ediciones Balcón.
- Palomino, B., y López, G. (2019). Relaciones del turismo de naturaleza, la comunalidad y la resiliencia en la Sierra Norte de Oaxaca, México. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 17(6), 1205-1216. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2019.17.083>
- Partido, D., De Miguel, M., Betancourt, D., y Bravo, Y. (2009). Procedimiento para incorporar atractivos culturales a productos turísticos territoriales. *TURyDES*, 2(5), 7-12. <https://www.eumed.net/rev/curydes/05/index.htm>
- Peláez, T., Basulto, M., y Villalón, Y. (2018). Evaluación de las potencialidades turísticas del paisaje natural protegido La Gran Piedra, para el desarrollo de modalidades de Turismo Rural. *Conciencia Digital*, 1(2) 41-52. <https://doi.org/10.33262/concienciadigital.v1i2.858>
- 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/rsc.v26i3.33244>
- Peñalver, M. R., Matos, M. Y., y Zequeira, D. C. M. (2013). Diseño del producto turístico de naturaleza. *Retos de la Dirección*, 5(1), 53-61.
- Perelló, J. L. (2001). Desarrollo y promoción de productos turísticos. Centro de Estudios Turísticos, Universidad de la Habana.
- Ramírez, J. F., y Pérez, I. (2014). Taxonomía y términos del turismo de naturaleza y turismo rural. *Escuela de Hotelería y Turismo*.
- Sector del Turismo - SECTUR (2006). Turismo de naturaleza. Retos y oportunidades. SECTUR. <https://manuelmiroglio.files.wordpress.com/2011/05/el-turismo-de-naturaleza-en-mexico.pdf>
- Suarez, M. (2009). Proyecto de rediseño del Producto Turístico Cultural Batey Campesino en el Parque Natural “El Bagá”, localizado Jardines del Rey [Tesis de pregrado, Universidad Central de Las Villas]. <https://dspace.uclv.edu.cu/bitstream/handle/123456789/3419/Marvin%20Su%C3%A1rez%20Gonz%C3%A1lez.pdf?sequence=1&isAllowed=y>