



**UNIVERSIDAD DE MATANZAS**  
**FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS**  
**CARRERA LICENCIATURA EN ECONOMÍA**

---

**TRABAJO DE DIPLOMA PARA OPTAR POR EL TÍTULO DE LICENCIADO EN  
ECONOMÍA.**

**Título:** Procedimiento para la gestión de productos turísticos de naturaleza a partir de servicios ecosistémicos culturales en el Valle del Río Canímar.

**Autor:** Sandra de la Caridad Ferrer Pereira

**Tutor/Tutores:** Dr. C. Mercedes Marrero Marrero  
Dr. C. Roberto C. Pons García

**Matanzas**

**2022**

---

**DECLARACIÓN DE AUTORIDAD**

Yo, **Sandra de la Caridad Ferrer Pereira**, me declaro única autora de este Trabajo de Diploma, como parte de la culminación de mis estudios en la especialidad de Licenciatura en Economía; en calidad de lo cual autorizo a la Universidad de Matanzas “Camilo Cienfuegos” y al grupo empresarial Flora y Fauna junto con el MINTUR a hacer uso del mismo con la finalidad que estime conveniente.

---

***Sandra de la Caridad Ferrer Pereira***

## *Dedicatoria*

*Esta investigación va dedicada a todas aquellas personas que me han apoyado tanto en mi vida personal como profesional: como a mis padres, a mi pareja, a mis profesores de la carrera, tutores y amistades que con su cariño y apoyo hicieron mi vida universitaria más fácil.*

## *Agradecimientos*

- *En primer lugar, les agradezco a mis padres que siempre me han brindado su apoyo incondicional para poder cumplir todos mis objetivos personales y académicos. Ellos que con su cariño me han impulsado siempre a conseguir mis metas y nunca abandonarlas frente a las adversidades.*
- *También a mis tutores **Roberto C. Pons García y Mercedes Marrero Marrero** por su dedicación y paciencia, sin sus palabras y correcciones precisas no hubiese sido posible el logro de este objetivo. Además, quiero agradecer a mi profesora de marketing **Gabriela Rivero Hebro** que contribuyó a la investigación y me ha apoyado y ayudado incondicionalmente.*
- *A mis amigas **Rosahaydis Pereira Pérez y Claudia M. Leal Torres** que sin ellas esta experiencia universitaria no hubiese sido la misma.*
- *A los directivos y trabajadores de la empresa **Flora y Fauna de matanzas** y al **MNTR** por siempre estar dispuestos a colaborar con la investigación.*
- *Todas aquellas personas que han influido en mi formación profesional y me han ayudado en su realización.*

## ***NOTA DE ACEPTACIÓN***

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Presidente tribunal

---

Miembro del tribunal

---

Miembro del tribunal

---

Calificación

Ciudad de Matanzas, Cuba, a los \_\_\_\_ días del mes de \_\_\_\_\_ del

2022

## RESUMEN

En la actualidad, aún no es suficiente la integración del turismo de naturaleza con el manejo sostenible de las áreas protegidas que ofertan los servicios ecosistémicos. No obstante, la excesiva acumulación del número de visitantes en determinadas temporadas al año, así como la realización de actividades recreativas en determinados espacios naturales, ha propiciado la generación de impactos ambientales. La investigación se realizó en el área protegida Valle Río Canímar, el cual tiene como problemática: ¿Cómo contribuir a una gestión integrada efectiva en función del lanzamiento y comercialización de productos turísticos de naturaleza en áreas protegidas que tribute al desarrollo sostenible e incremento del bienestar humano de la misma?; y tiene como objetivo proponer un procedimiento para la gestión integrada de productos turísticos de naturaleza que al mismo tiempo permitan un desarrollo sostenible y un incremento del bienestar humano a partir de una gestión ambiental eficiente y sostenida de dichos productos, para lo cual se realiza un análisis conceptual de producto turístico de naturaleza, turismo de naturaleza, servicios ecosistémicos culturales, procedimiento de gestión ambiental en áreas turísticas, impactos ambientales, estrategias y programas del marketing para el lanzamiento del producto, elementos que contribuyen a fundamentar el diseño del procedimiento. Se utilizarán métodos teóricos y empíricos, al igual que técnicas y herramientas, que permiten determinar los problemas ambientales que manifiesta el área para el diseño del nuevo producto y las demandas e inquietudes de los clientes. Se elabora el procedimiento integrando aspectos ambientales y la incorporación de componentes como: la evaluación de los impactos ambientales generados por las actividades y servicios que brinda la instalación, programas y estrategias del marketing, estudio de la demanda, los objetivos y metas medioambientales para el diseño del producto y la propuesta de un plan de acción; que contribuyen a elevar los resultados de la gestión económica y ambiental de la instalación.

**Palabras claves:** turismo de naturaleza, producto turístico de naturaleza, gestión ambiental, impacto ambiental, servicios ecosistémicos culturales, gestión integrada.

## SUMMARY

At present, it is still not enough to integrate nature tourism with the sustainable management of protected areas that offer ecosystem services. However, the excessive accumulation of the number of visitors in certain seasons of the year, as well as the carrying out of recreational activities in certain natural spaces, has led to the generation of environmental impacts. The research was carried out in the Valle Río Canímar protected area, which has as a sustainable problem: How to contribute to an effective integrated management based on the launch and commercialization of nature tourism products in protected areas that contribute to the development and increase of human well-being Of the same?; and aims to propose a procedure for the integrated management of tourism products of nature that at the same time allows sustainable development and an increase in human well-being from an efficient and sustained environmental management of said products, for which a conceptual analysis of nature tourism product, nature tourism, cultural ecosystem services is carried out , environmental management procedure in tourist areas, environmental impacts, marketing strategies and programs for the launch of the product, elements that contribute to support the design of the procedure. Theoretical and empirical methods will be used, as well as techniques and tools, which will allow determining the environmental problems that manifest the area for the design of the new product and the demands and concerns of the clients. The procedure is elaborated integrating environmental aspects and the incorporation of components such as: the evaluation of the environmental impacts generated by the activities and services provided by the facility, marketing programs and strategies, demand study, environmental objectives and goals for the product design and action plan proposal; that contribute to raising the results of the economic and environmental management of the facility.

**Password:** Nature Tourism, Nature Tourism Product, Environmental Management, Environmental Impact, Cultural Ecosystem Services, Integrated Management.

## ÍNDICE

<b>INTRODUCCION .....</b>	<b>1</b>
<b>CAPITULO I: Marco teórico referencial de la gestión integrada en función del lanzamiento y comercialización de productos turísticos de naturaleza en áreas protegidas.....</b>	<b>6</b>
<b>1.1. Servicios Ecosistémicos .....</b>	<b>6</b>
<b>1.1.2 Los servicios ecosistémicos culturales. Principales características .....</b>	<b>9</b>
<b>1.1.3. Los servicios ecosistémicos culturales y su relación con la actividad turística. ....</b>	<b>12</b>
<b>1.2 El turismo de naturaleza. Principales conceptos y características..</b>	<b>14</b>
<b>1.2.1 La actividad turística. Características y tendencias. ....</b>	<b>17</b>
<b>1.2.2 Evolución del turismo de naturaleza en Cuba.....</b>	<b>18</b>
<b>1.2.3 Turismo de Naturaleza en Áreas Protegidas Cubanas.....</b>	<b>21</b>
<b>1.3 Producto turístico. Principales definiciones y clasificaciones .....</b>	<b>24</b>
<b>1.3.1 El producto turístico de naturaleza. Antecedentes y definiciones. ....</b>	<b>26</b>
<b>1.3.2 El producto turístico de naturaleza en Cuba. Características y tendencias.....</b>	<b>28</b>
<b>1.4 Gestión integrada en función del lanzamiento y comercialización de productos turísticos de naturaleza en áreas protegidas.....</b>	<b>30</b>



1.4.1 Consideraciones y antecedentes metodológicos sobre la gestión integrada en función del lanzamiento y comercialización de productos turísticos de naturaleza en áreas protegidas. ....	33
Capítulo II: Propuesta de procedimiento de investigación para la gestión integrada en función del lanzamiento y comercialización de productos turísticos de naturaleza en áreas protegidas.....	34
2.1 Procedimiento basado en “Integración y Diseño del Producto Turístico aplicado en la Región Central del destino Cuba” de Machado 2018 y “La gestión ambiental en una entidad hotelera de turismo de naturaleza. Caso Villa Mirador de Mayabe de Holguín, Cuba” de Ochoa 2016.....	34
2.2 Métodos y Técnicas de la investigación .....	42
Capítulo III: Aplicación Parcial del procedimiento para la gestión integrada en función del lanzamiento y comercialización de productos turísticos de naturaleza en su aplicación al Paisaje Natural Protegido “Valle Río Canímar”. .....	45
CONCLUSIONES .....	60
RECOMENDACIONES .....	62
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS .....	63
ANEXOS .....	66

## INTRODUCCION

El turismo de naturaleza está estrechamente relacionado con el desarrollo y el turismo sostenible, y su campo de actuación se circunscribe al hábitat natural y su biodiversidad. En este ámbito destacan elementos como los parques nacionales, las reservas protegidas, el ecoturismo, el hábitat rural, el agroturismo y el compromiso de la población autóctona del área completa de implantación turística. El eje que va a dominar en las actividades y recreaciones que se desarrollen en la naturaleza es la sostenibilidad, de modo que la atención al turismo sostenible sea imprescindible para contribuir a la conservación del medio ambiente, y requiere conocer los motivos para desarrollarlo en todo el territorio de espacios rurales y naturales (Martínez y Blanco, 2013).

Los servicios ecosistémicos culturales están asociados a la valoración humana no material de los lugares, ecosistemas y agrosistemas necesarios para su adecuado funcionamiento, la conservación de la biodiversidad, la protección del patrimonio histórico - cultural de las comunidades y la sostenibilidad ambiental, económica y social. De esta manera muchas zonas, lugares o regiones son protegidos y reconocidos por su aporte estético, la belleza que inspiran, la espiritualidad que promueven, la identidad cultural que establecen, el conocimiento que representan y los servicios de salud, recreación y turismo que aportan para el bienestar humano.

Los mayores impactos de la actividad turística producen afectaciones a la diversidad biológica, fundamentalmente sobre los ecosistemas costeros, como las playas, lagunas, manglares, arrecifes coralinos y otros; así como en el orden social (Colectivos de autores, 2007). El turismo en Cuba es uno de los renglones que más ingresos genera, así la cultura, historia y naturaleza son los fundamentales atractivos para los visitantes de diversas partes del mundo. La construcción de infraestructuras de hospedajes, servicios, el desarrollo de áreas recreativas, y todas las actividades que se realizan de forma directa e indirecta para prestar servicio a los visitantes, contribuyen al deterioro del medio ambiente, de ahí la necesidad de fomentar un turismo sostenible en todos los aspectos.

La modalidad turismo de naturaleza tiene un gran crecimiento a nivel mundial. Se le ha conferido diferentes denominaciones, tales como turismo ecológico,

ecoturismo, turismo verde o turismo de naturaleza. No obstante, se debe tener presente en que, en este tipo de actividad turística, cualquiera sea su denominación, se requiere un uso más racional de los recursos naturales y la utilización de tecnologías más eficientes y menos contaminantes (Alonso y Ávila, 2017).

Esta investigación aborda la gestión integrada en función del lanzamiento y comercialización de productos turísticos de naturaleza en el Paisaje Natural Protegido "Valle Río Canímar" perteneciente a la empresa Flora y Fauna de Matanzas subordinada a la Organización Superior de Desarrollo Económico (OSDE) para la Protección de la Flora y la Fauna perteneciente al MINAG. El área se ubica en la Región Noroccidental de la provincia de Matanzas, en la cuenca hidrográfica del río Canímar, vinculada a su curso inferior. Dista de la Ciudad de Matanzas 4.5 Km. y del Polo Turístico de Varadero 27.0 Km. Tiene una extensión superficial de 810.0 ha y abarca los municipios Matanzas y Limonar en la provincia de Matanzas. Esta área está aprobada por el Consejo de Estado y de Ministro (CECM) según Acuerdo 6871 del 18 de octubre del 2010 con la resolución 1254 del 2015 manteniendo la categoría de manejo de Paisaje Natural Protegido. Se distingue por los valores estético-escénicos de sus paisajes, los que se consideran entre sus grandes atractivos. El desarrollo histórico - cultural del área vinculada con el río Canímar es uno de los más ricos y variados de la costa Norte de Matanzas, abarca desde las primeras culturas aborígenes, pasando por la etapa colonial hasta la actualidad. Al área protegida se le concede un sitio excepcional dado por la autenticidad de los valores patrimoniales existentes, que lo definen como un paisaje cultural, histórico y arqueológico único, declarado en el 2012 por la Comisión Nacional de Patrimonio como Monumento Nacional "Paisaje Cultural Río Canímar" (Plan de Manejo, 2020-2027).

El desarrollo de la actividad turística en la provincia de Matanzas ha considerado los lineamientos y políticas ambientales, así como las normas y regulaciones establecidas para el uso y conservación de los recursos naturales, no obstante, aún no es suficiente la integración del turismo de naturaleza con el manejo sostenible de las áreas protegidas que ofertan los servicios ecosistémicos, a partir de los cuales se puede contribuir con este estudio a una mejor gestión integrada efectiva, de ahí que se defina, en la presente investigación el problema que sigue:

**Problema científico:** ¿Cómo contribuir a una gestión integrada efectiva en función del lanzamiento y comercialización de productos turísticos de naturaleza en áreas protegidas que tribute al desarrollo sostenible e incremento del bienestar humano de la misma?

**Objetivo General:** Diseñar un procedimiento que permita una gestión integrada efectiva en función del lanzamiento y comercialización de productos turísticos de naturaleza en áreas protegidas en el marco de un desarrollo sostenible.

**Objetivos Específicos:**

- Sistematizar los aspectos teórico - metodológicos del enfoque ecosistémicos y la gestión integrada en áreas protegidas para el desarrollo del turismo de naturaleza.
- Desarrollar un procedimiento para una gestión integrada en función del lanzamiento y comercialización de productos turísticos de naturaleza en áreas protegidas".
- Aplicación parcial del procedimiento propuesto para la gestión integrada en función del lanzamiento y comercialización de productos turísticos de naturaleza en su aplicación al Paisaje Natural Protegido "Valle Río Canímar.

**Hipótesis:** Si se diseña un procedimiento para la gestión integrada efectiva en función del lanzamiento y comercialización de productos turísticos de naturaleza en el Paisaje Natural Protegido "Valle Río Canímar" permitirá un desarrollo sostenible y un incremento del bienestar humano.

**Objeto de estudio:** Elaboración de un procedimiento para la gestión integrada de productos turísticos de naturaleza.

**Campo de acción:** La evaluación del procedimiento elaborado de la gestión integrada de productos turísticos de naturaleza en el Paisaje Natural Protegido "Valle Río Canímar".

**Valor social:** La investigación resulta relevante dada la importancia que tiene el turismo de naturaleza como el mejor modelo de desarrollo sostenible del sector turístico, ya que conserva y protege los recursos naturales, valora las

manifestaciones culturales locales e integra las poblaciones a la oferta, crea conciencia acerca de la protección del medio ambiente, y tiende a mejorar la calidad de vida de los pobladores del destino. Sin embargo, responde a un segmento de mercado muy especializado, aún pequeño en arribos e ingresos, a pesar de que el turista de naturaleza gasta más que el promedio del turista común.

**Valor teórico:** Se sistematiza y elabora un cuerpo teórico sobre el tema relacionado con el diseño de un procedimiento para la gestión integrada de productos turísticos de naturaleza que al mismo tiempo permitan un desarrollo sostenible y un incremento del bienestar humano, en su aplicación al Paisaje Natural Protegido "Valle Río Canímar, la problemática actual de cómo contribuir a una gestión integrada efectiva en función de su lanzamiento y comercialización, rol e importancia de la misma, su impacto en la satisfacción del mercado e incidencia sobre el cuidado y protección de los recursos naturales. Se establecen las variables de análisis de este fenómeno, y forma de operacionalización del mismo en el contexto del turismo de naturaleza en áreas protegidas hoy en día.

**Valor metodológico:** Radica, en esencia, en la propuesta de diseño de un procedimiento que permita una gestión integrada efectiva en función del lanzamiento y comercialización de productos turísticos de naturaleza en áreas protegidas, que contribuya a trazar objetivos, estrategias y planes de acción en función de una gestión ambiental eficiente, sostenible, adecuada para cada producto turístico donde se puede obtener mejores beneficios e ingresos sin ocasionar daños al medio ambiente. El procedimiento resulta flexible y generalizable a otras áreas protegidas, por su capacidad de extrapolación.

**Valor práctico:** Las implicaciones de esta investigación en este sentido, están dadas por la insuficiente integración del turismo de naturaleza con el manejo sostenible de las áreas protegidas que ofertan los servicios ecosistémicos. Esta investigación sienta las bases para tributar a un desarrollo sostenible, el incremento del bienestar humano, así como el lanzamiento y comercialización de productos turísticos de naturaleza en otras áreas protegidas con este mismo fin.

Entre los métodos y técnicas utilizados se encuentra en la parte teórica el método análisis-síntesis de la información obtenida a partir de la revisión de literatura y

documentación especializada y el intercambio con especialistas y trabajadores. El inductivo – deductivo empleará en el diseño y aplicación del procedimiento para la gestión integrada de productos turísticos de naturaleza en El Paisaje Natural Protegido "Valle Río Canímar. Entre los métodos empíricos se utilizó las encuestas, entrevistas, cuestionarios, observación directa, consulta de documentos para la recopilación de la información.

La investigación está estructurada, además de la presente introducción, en tres capítulos, las conclusiones, recomendaciones, la bibliografía y anexos.

El Capítulo I “Marco teórico referencial sobre la gestión integrada efectiva en función del lanzamiento y comercialización de productos turísticos de naturaleza en áreas protegidas en el marco de un desarrollo sostenible” donde se destacan los aspectos relacionado con servicios ecosistémicos culturales, turismo de naturaleza, producto turístico de naturaleza a partir del criterio de varios autores y haciendo énfasis en la importancia de la gestión integrada en función del lanzamiento y comercialización de productos turísticos de naturaleza en áreas protegidas que contribuya a una gestión ambiental más eficiente y sostenida.

El Capítulo II “Procedimiento de investigación para la gestión integrada en función del lanzamiento y comercialización de productos turísticos de naturaleza en áreas protegidas” se muestran elementos relacionados de diseños de productos turísticos integrados combinados con procedimientos de gestión ambiental. Además, se especifican los pasos a seguir, así como las herramientas a utilizar para su implementación.

El Capítulo III “Aplicación parcial del procedimiento para la gestión integrada en función del lanzamiento y comercialización de productos turísticos de naturaleza en su aplicación al Paisaje Natural Protegido “Valle Río Canímar””: se presentan los resultados obtenidos hasta la etapa III del procedimiento por razones de tiempo, recursos, entre otras razones, que motiva esta decisión, a partir de la aplicación de los pasos propuestos en el capítulo dos.

Finalmente, se exponen las conclusiones y en correspondencia con los resultados se hacen algunas recomendaciones del Área Protegida y se presenta la bibliografía consultada.

## CAPITULO I: Marco teórico referencial de la gestión integrada en función del lanzamiento y comercialización de productos turísticos de naturaleza en áreas protegidas

En el presente capítulo se exponen las bases teóricas de la investigación en las cuales se define los servicios ecosistémicos culturales, turismo de naturaleza, producto turístico de naturaleza y la gestión integrada en función del lanzamiento y comercialización de productos turísticos de naturaleza en áreas protegidas (ver figura 1).

**Figura 1: Hilo conductor**



**Fuente: Elaboración propia**

### 1.1. Servicios Ecosistémicos

Los estudios científicos realizados de los diversos ecosistemas del planeta han generado beneficios para la comunidad local, nacional o global, además que las sociedades han percibido el papel que juegan la naturaleza o ecosistemas en el bienestar del ser humano. Tansley en 1939 se refirió al ecosistema como una

entidad reconocible autocontenida, al identificarlo como un nivel de organización superior o, en el marco de la teoría de sistemas, una categoría más entre los sistemas físicos que componen el universo, desde el átomo hasta las galaxias (Tansley 1935).

La Evaluación de los Ecosistemas del Milenio presenta las siguientes definiciones esenciales para los servicios ecosistémicos y el bienestar humano: un ecosistema es un complejo dinámico de comunidades de plantas, animales, microorganismos y el medio ambiente inorgánico que interactúan como una unidad funcional. Los seres humanos son parte integral de los ecosistemas (Díaz, 2012).

Se entiende por ecosistemas al “Complejo dinámico de comunidades vegetales, animales y de microorganismos y su medio no viviente que interactúan como unidad funcional” (Naciones Unidas, 1992, p .4). Es decir, es la unidad funcional donde se incluye a todos los organismos y que son indispensables para la existencia de la vida (Bringas, 2022).

En la Evaluación de los Ecosistemas del Milenio (MEA por sus siglas en inglés) quien popularizó el enfoque de SE (Servicios Ecosistémicos) y mostró cómo los seres humanos dependen de servicios de suministro o abastecimiento (productos tales como fibras, combustibles y alimentos), de regulación (por ejemplo, del agua, del clima o, de las enfermedades) y los denominados culturales (recreación, educación o patrimonio) (Camacho y Ruiz, 2012; EME, 2005).

Otra definición para los servicios ecosistémicos es aquella que presenta el Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA), en la que se plantea que los servicios ecosistémicos son los beneficios que obtienen las personas de los ecosistemas, estos incluyen abastecimiento de servicios como alimentación y agua; regulando servicios como las inundaciones y el control de enfermedades; servicios culturales como los beneficios espirituales, recreativos y culturales; y apoyando servicios como el ciclo de nutrientes que mantienen las condiciones aptas para la vida en la Tierra (Ecosistemas y sus servicios, 2015).

Para Ash, Neville et al (2010), servicios ecosistémicos se entiende como los beneficios que las personas obtienen del ecosistema. En comparación con los



conceptos anteriores este se muestra de forma muy general, dejando de lado el papel de los servicios ecosistémicos en el medio ambiente.

Las funciones de los servicios ecosistémicos están generadas por las complejas interacciones que se producen entre las especies de flora y fauna, el ambiente físico y la energía solar, por ello, las culturas humanas están muy relacionadas con los ecosistemas donde habitan.

Estos servicios abarcan tanto los aspectos materiales como las plantas, los animales, el agua y el suelo, y los aspectos intangibles como lo son la seguridad, belleza, espiritualidad, recreación cultural y social para las poblaciones; asimismo abarcan el conocimiento, las percepciones y los sistemas de clasificación de su entorno natural.

La Evaluación de los Ecosistemas del Milenio (EM, 2003) ofrece un sistema de clasificación de los servicios ecosistémicos con propósitos puramente operacionales basado en cuatro líneas funcionales dentro del marco conceptual de MEA que incluyen servicios de soporte, regulación, aprovisionamiento y culturales con la intención de facilitar la toma de decisiones.

Clasificación de los servicios ecosistémicos (EM, 2005), (ver figura 2).

- Servicios de aprovisionamiento

Productos obtenidos de los ecosistemas: alimentos, agua dulce, leña, fibras, bioquímicos, recursos genéticos.

- Servicios de regulación

Beneficios obtenidos de la regulación de procesos de los ecosistemas: regulación del clima, regulación de enfermedades, regulación y saneamiento del agua y polinización.

- Servicios culturales

Beneficios no materiales obtenidos de los ecosistemas: espiritual y religioso, estético, recreativo y turístico, inspirativo, educativo, Identidad del sitio, herencia cultural.

- Servicios de soporte

Servicios necesarios para la producción de otros servicios de los ecosistemas: formación de suelos, reciclaje de nutrientes y producción primaria.

**Figura 2: Clasificación de los servicios ecosistémicos culturales**



**Fuente: Santias(2020).**

### 1.1.2 Los servicios ecosistémicos culturales. Principales características

Las recientes definiciones de los servicios ecosistémicos culturales (SEC) toman principalmente en cuenta los valores estéticos del paisaje, el patrimonio cultural y turismo y recreación. Los SEC se definen como los beneficios intangibles que reciben las personas del ecosistema en forma no-material, espiritual, religioso, inspiración y surgen de las interrelaciones hombre-ecosistema que pueden ser expresados de diversas maneras (Chan, Satterfield, & Goldstein, 2012; Kandziora et al., 2013, Egoh et al, 2012; EEM 2005 y Burkhard et al., 2014).

Burkhard et al. (2014) menciona la dificultad de evaluar los servicios ecosistémicos culturales debido a su naturaleza intangible y las dificultades metodológicas para su medición. Los indicadores cuantificables para los servicios ecosistémicos están relacionados principalmente a servicios comerciables que contribuyen al desarrollo de las sociedades a través del ecoturismo y la recreación (Kandziora et al., 2013 y Burkhard et al., 2014), basados principalmente en la importancia de la belleza del

paisaje (cultura y armonía) provenientes de las subcategorías de información estética, inspiración, recreación y ecoturismo.

En parte debido a la concentración en la valoración económica, muchas SEC permanecen ausentes de los esfuerzos para caracterizar SE.

Existen algunos indicadores para la evaluación de los servicios ecosistémicos culturales, y estos son seis: recreación y turismo, estética del paisaje, sistema de conocimientos, experiencia religioso-espiritual, patrimonio cultural-diversidad y patrimonio natural-diversidad (Burkhard et al., 2009 y EEM, 2005 en Kandziora et al., 2013).

Incorporar los beneficios culturales (estéticos de paisaje, patrimonio cultural y recreación) en la evaluación de los servicios ecosistémicos es fundamental para la comprensión de la cantidad de contribuciones que el ecosistema proporciona al bienestar humano y así evitar el sesgo hacia otros servicios de los ecosistemas y compensaciones no deseados en la gestión de la tierra, pero su integración aún es un reto (Schaich et al., 2010 citado en Plieninger & Bieling, 2012).

Según Winthrop (2014) cree que el desafío más básico está en la importación de un marco económico en una discusión de SEC, ya que existen múltiples ambigüedades en el concepto de 'cultura' con el enfoque económico; la cultura tiene una categoría especial de mercancía mientras que en el nivel antropológico se refiere a un sistema a través del cual se transa la vida social.

Además, Winthrop (2014) menciona 5 razones por las cuales los SE no ofrece un marco adecuado para evaluar los SEC: 1) la aplicación de métricas económicas, implica un error de categoría: las creencias éticas no son beneficios económicos, 2) otras comunidades podrían tener otro entendimiento de ver a la naturaleza como proveedor de servicios, 3) algunas categorías de valor son inconmensurables, 4) el concepto del autor racional y autoconsciente, ofrece una base inadecuada para evaluar el carácter inherentemente social de prácticas ambientales, y 5) los métodos de valoración económica incorporan ideas distintivas de propiedad que son incompatibles con la base comunal de muchos sistemas indígenas.

Los servicios ecosistémicos (SE) al ser creados como un enfoque para unir la ecología y la economía, es decir un enfoque que une ambas perspectivas, todavía no han podido abarcar todas las dimensiones del valor. Por ejemplo muchos valores o propiedades de una 'cosa' material también pueden tener cualidades intangibles que son o más importantes y que se consideran centrales para la identidad de una población autodefinida o grupo cultural reconocido.

De la misma manera esto se confunde con la confluencia frecuente de valores, beneficios y servicios (Chan et al., 2012).

Es a partir de este punto que el marco metodológico termina siendo importante y su elaboración es un desafío. Los servicios de los ecosistemas culturales son un campo de investigación vibrante donde se está comenzando a cristalizarse y alejar las etiquetas iniciales de la categoría de servicios 'genéricos', abarcando todo lo que no encaja en las clases más utilitarias de los ecosistemas (Chan et al 2012a; Daniel et al., 2012; Milcu et al., 2013).

Es por ello que para desarrollar una investigación de SEC es necesario precisar en qué tipo de términos se evaluará, si es a nivel individual o colectivo y si el concepto de 'servicios' ofrece el marco adecuado para comprender los valores en múltiples dimensiones (Chan et al., 2012; Winthrop 2014). Los beneficios se pueden comprender como los bienes y experiencias valoradas, representa el nivel por el cual la gente puede relacionarse fácilmente con el ecosistema. Mientras que los servicios, se comprenden como los procesos que sustentan los beneficios, donde las propiedades y dinámicas del ecosistema pueden ser consideradas en la planificación de la gestión. Y los valores son las preferencias, principios y virtudes que tenemos como individuos (Chan, et al., 2012) pero también expresan normas que se hacen evidentes en las prácticas diarias de las personas.

Ya que los valores están muchas veces relacionados con las percepciones, actitudes y creencias humanas, los servicios de los ecosistemas culturales ponen de relieve los poderosos vínculos con las ciencias sociales. Las percepciones de la psicología, la antropología y los estudios conductuales, similares a las obtenidas por el grupo social y participativo, mueven el enfoque de las necesidades individuales a las cumplidas en un nivel colectivo (Chiesura y de Groot 2003, Turner

2010, Daniel et al 2012 citados en Milcu, Hanspach, Abson, & Fischer, 2013). Es por ello que uno de los desafíos en el futuro es la necesidad de un enfoque alternativo para valorar los SEC, por lo que está emergiendo como una alternativa en la práctica la valoración verdaderamente social de los servicios ambientales, basado en gran parte en enfoques deliberativos (Parks y Gowdy 2013 citados en Winthrop, 2014).

### **1.1.3. Los servicios ecosistémicos culturales y su relación con la actividad turística.**

Existe una variedad de definiciones de ecoturismo y todas ellas reflejan perspectivas y paradigmas parecidos. La primera definición de ecoturismo se consideró como la ejecución de un viaje a áreas naturales que están relativamente sin disturbar o contaminar, con el objetivo específico de estudiar, admirar y gozar el panorama junto con sus plantas y animales silvestres, y así mismo cualquier manifestación cultural (pasada y presente) que se encuentre en estas áreas (Ceballos-Lascurain, 1987 citado en Diamantis, 1999; Fennell, 2014). Sin embargo, es confuso diferenciar los términos de turismo de naturaleza con ecoturismo.

Luego de revisar algunas definiciones de ecoturismo se puede decir que el ecoturismo se define como los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas de observación y conocimiento de la naturaleza (senderismo interpretativo, safari fotográfico y avistamientos de flora o fauna) (en la Europa mediterránea se aplica al turismo en espacios protegidos) (Sánchez y Cebrián, 2015).

La Sociedad Internacional de Ecoturismo (TIES, 2007), oficialmente se pronuncia en que está de acuerdo con el hecho de que ecoturismo es viajar responsablemente a las áreas naturales para conservar el medio ambiente y mejorar el bienestar de las personas locales. Es por ello, que el ecoturismo está siendo cada vez más visto por las comunidades locales e indígenas como una herramienta importante para la promoción del desarrollo de medios de vida sostenibles, conservación del patrimonio cultural, y conservación de la biodiversidad (Honey, 2006 en Blangy & Mehta, 2006).

Usualmente los investigadores han relacionado al ecoturismo como parte de los servicios ecosistémicos culturales ya que también proporcionan beneficios importantes, como ejercicio físico (actividades recreativas, como caminar, acampar y estudiar la naturaleza), experiencias estéticas, estimulación intelectual, inspiración y otras contribuciones al bienestar físico y psicológico ofreciendo la oportunidad de experimentar directamente los beneficios de los SE (Chan et al., 2011; de Groot, 2005 en Daniel et al., 2012; Chan, et al., 2012).

Tal es así, que recreación y ecoturismo son definidos como "el placer o satisfacción recreacional de las personas proveniente de la experiencia en ecosistemas naturales o cultivadas" y ha sido señalado como un tipo de servicio ecosistémicos cultural (Maes et al. 2011; MEA, 2005; TEEB, 2010 en Nahuelhual et al., 2013).

Los SEC tradicionalmente analizados han sido la recreación y el ecoturismo, debido a la facilidad de ser cuantificados en términos económicos como la frecuencia e intensidad de uso, experiencias del turista y sus preferencias (Daniel et al., 2012). Sin embargo, para las comunidades tradicionales los SEC son esenciales para la identidad y sobre todo para la sobrevivencia. Pero a pesar de su innegable valor intangible por diversos actores son muchas veces sacrificadas por razones económicas y ecológicas (de Groot et al, 2005; Chan et al, 2011, Hendee, 2011 en Mincu et al 2013).

De alguna manera el excesivo énfasis en la recreación y el ecoturismo, puede llevar a los investigadores y responsables políticos a asumir que estos representan los servicios de los ecosistemas culturales como un todo, contribuyendo así a una marginación inconsciente de otros servicios culturales importantes como la belleza del paisaje, valores espirituales, identidad cultural, cohesión social, legado, etc. que no se cuantifican fácilmente (Chan, Guerry, et al., 2012; Daniel et al., 2012).

En conclusión, el concepto ecoturismo desde el sector turístico o desde los SEC son insuficientes para responder la multi-dimensionalidad que abarcan. Es por ello que la investigación en SEC relacionados al ecoturismo, representa una puerta abierta novedosa para analizar la complejidad del término, así como también lograr comprender las múltiples dimensiones que encierra como parte de los SEC en aspectos visuales, recreativos y espirituales (Valdivia, 2017).

## 1.2 El turismo de naturaleza. Principales conceptos y características.

El turismo basado en la naturaleza es el sector de la industria del ocio y el tiempo libre que más aceleradamente está creciendo en los últimos años. En este tipo de turismo, el medio natural se erige como escenario de creación de un nuevo producto turístico, dada su condición de anfitrión espacial y de motivación propia de desarrollo (Caballos, 1987).

Según Héctor Ceballos-Lascuráin (1987), “el Turismo de Naturaleza incluye todo turismo dependiente del uso de recursos naturales en un estado poco alterado: paisajes, cuerpos de agua, vegetación y vida silvestre, incluyen actividades que van desde caminatas, aventura, observación de especies entre otras, las que desarrolladas como turismo tradicional de masas y sin control, puede conllevar a la degradación de muchas áreas de gran valor para el futuro, generando pérdidas de la diversidad biológica y cultural”.

Posterior a esta definición, otros autores han definido al Turismo de Naturaleza desde otro enfoque. Drumm y Moore (2002) plantean que “El Turismo de Naturaleza es simplemente el turismo basado en la visita de recursos naturales y está estrechamente relacionado al Ecoturismo, pero no involucra necesariamente la conservación o la sustentabilidad” estableciendo de esta forma una estrecha relación conceptual entre Turismo de Naturaleza y Ecoturismo (M. Basulto Guilarte, 2012)

El turismo de naturaleza abarca todas las formas de turismo, como el turismo de masas, de aventura, de bajo impacto y el ecoturismo; donde se viaja para hacer uso de la naturaleza con el propósito de disfrutar las áreas naturales o áreas de vida silvestre pero que adicionalmente contribuye al mantenimiento de las especies y hábitat de forma directa relacionado a la conservación de los espacios o indirectamente proveyendo ingresos a las comunidades (Goodwin 1996 en Fennell, 2014).

El turismo de naturaleza, asociado al desarrollo local, puede entenderse como «un proceso reactivador de la economía y dinamizador de la sociedad, mediante el aprovechamiento eficiente de los recursos existentes en una zona determinada; capaz de estimular y diversificar la economía, generar empleo y mejorar la calidad

de vida; siendo el resultado de un compromiso de solidaridad activa, que implica cambios en grupos e individuos» (Sánchez y Cebrián, 2015 como se citó por González y García, 1998).

La definición cubana de Turismo de Naturaleza que aparece en la Resolución 50/2014 del Ministerio de Turismo (MINTUR) expresa: “modalidad genérica que incluye varias tipologías específicas, que tienen como principal motivación la realización de actividades recreativas y de admiración, interpretación en áreas naturales relativamente poco alteradas, la vinculación con las comunidades y sus culturas locales” (MINTUR, 2014). En este concepto el MINTUR utiliza el término Turismo de Naturaleza como el general; por lo divide al Turismo de Naturaleza en tres grandes segmentos: Ecoturismo, Turismo de Aventura y Turismo Rural (González, Díaz y Sosa, 2022). En comparación con los conceptos anteriores este es el más adecuado para mi investigación porque se muestra de forma muy general y es el que más se ajusta a mi investigación porque toma por separado los tres grandes segmentos en el que se divide el Turismo de Naturaleza.

En líneas generales, la bibliografía especializada caracteriza a los turistas de naturaleza como viajeros sofisticados, perspicaces y exigentes. Generalmente se trata de turistas conocedores del tema medioambiental y como regla general tienen definido hacia dónde desean viajar y exigen a sus agentes de viajes y turoperadores experiencias que eleven sus conocimientos. Aunque es difícil enmarcar a todos los turistas de naturaleza en un perfil único, a continuación, se ofrecen algunos elementos comunes a todos ellos.

De acuerdo con el comportamiento demostrado los visitantes de los espacios naturales pueden agruparse en tres categorías (Vera, et al, 1997):

- Los turistas de naturaleza ocasionales, que participan de la naturaleza accidentalmente.
- Los aventureros-montañeros son aquellos que buscan un reto o desafío en la naturaleza y necesitan de espacios naturales.
- Los naturalistas y admiradores de la naturaleza, que buscan el contacto íntimo con ella.



El turista que viaja a estos destinos generalmente es acaudalado, maduro, bien educado, viaja frecuentemente y es consciente en lo que a medio ambiente se refiere. Este turista gasta más y realiza viajes más largos que el resto de los turistas, y prefieren las instalaciones que están en armonía con el medio.

El turista de naturaleza viaja en su mayoría con un propósito: experimentar u observar un ambiente natural nuevo y vivir una experiencia intelectual y espiritual única en cada viaje, que tenga huella en su vida. Necesita intercambiar con personas de intereses comunes, realizar actividad física y experimentar nuevos estilos de vida, especialmente en sitios de naturaleza virgen y áreas naturales no contaminadas, con interés específico en el estudio, admiración y disfrute del medio y la cultura local.(Cabello, 2013).

No obstante, es importante tener en cuenta que este es un perfil general, y que el turista de naturaleza, al igual que el turista común, tiene sus particularidades según el país de origen, la edad, sus hábitos y costumbres, etc. Además la tendencia a la búsqueda de nuevos segmentos de mercado, implica que valore aspectos como:

- La edad varía según las actividades y el precio de las ofertas.
- El sexo varía significativamente según la actividad que se realiza.
- Los graduados universitarios representan el mercado principal, sin embargo se observa una expansión hacia la población de menor nivel educacional.
- Las preferencias y comportamiento varían según el tipo de turistas (experimentado o no). Los turistas experimentados invierten más tiempo y dinero, prefieren lugares desérticos, contemplar la naturaleza y el senderismo y las excursiones.
- La preferencia de hospedaje depende de la compañía con la que se viaje.
- Crece el interés por viajar en los meses de invierno.

Numerosos autores emplean indistintamente los términos turismo de naturaleza, ecoturismo, turismo verde, turismo rural, agroturismo, etc. si bien conviene enfatizar que el turismo orientado a la naturaleza posee un carácter genérico y globalizador

e incluye diversas variantes de este turismo: ecoturismo, turismo de aventura, turismo deportivo, turismo alpino etc.(Cabello, 2013).

### **1.2.1 La actividad turística. Características y tendencias.**

La frecuentación del campo y de los espacios naturales con fines de esparcimiento y ocio es antigua. Sin embargo, en las últimas dos décadas es cuando se ha producido el auge del turismo vinculado a la naturaleza. Este boom no es el resultado de una coyuntura casual o de una moda pasajera. Según Marchena, hay un conjunto de factores clasificables en dos grandes bloques que justifican y permiten entender el florecimiento de esta actividad: factores materiales y factores culturales o relacionados con el cambio de mentalidad (Marchena, 1992, como se citó en Cabello, 2013).

De ese conjunto de factores apuntados, interesa destacar especialmente la difusión del ecologismo, como un nuevo concepto que ha calado en la vida y sociedad actual sobre todo desde dos puntos de vista:

- a) El desarrollo de la idea de lo “eco” y el surgimiento y consolidación de una mayor sensibilidad por el medio ambiente, ante el carácter limitado de los recursos. Trasladado al ámbito del turismo, ha generado la idea del desarrollo turístico sostenible.
- b) La incorporación de la naturaleza como bien de consumo gracias a los procesos de creación de nuevas necesidades y nuevos consumos inherentes a la “moda ecológica”.

Además, hay que apuntar el cansancio hacia aquellas formas de vida urbana dominadas por el estrés, el desasosiego, etc. que demandan nuevos turismo que, tomando el concepto de “calidad de vida”, proporcionen una alternativa “natural” a la pretendida “artificiosidad” de la sociedad actual.

Por tanto, en el sector turístico se perciben conductas de cambio, se demanda cada vez más lo auténtico y natural del sitio que se visita, se quiere conocer lo que es puro y se rechazan lugares artificiales, se desean experiencias basadas en un contacto más o menos directo con el medio natural como punto central de la oferta

turística y que se sintetizan en la expresión “turismo en espacios naturales” (OMT, 2005, como se citó en Cabello, 2013).

Las actividades turísticas que se desarrollan en áreas naturales utilizan de diversas formas los recursos ambientales del entorno.

Estas actividades están orientadas a ofrecer al turista la posibilidad de ocupar su tiempo libre, de ocio y vacacional con una serie de tareas en las que éste sea agente activo o pasivo de dicha actividad. Han evolucionado a lo largo de los años desde las relacionadas con la cultura, los deportes náuticos hasta las que han surgido en los últimos años como actividades de aventura, turismo fluvial, entre otras muchas.

De acuerdo con diversos autores las principales actividades que desarrolla el turismo de naturaleza son las siguientes (Vera, Palomeque, Marchena y Salvador, 1997; Medina, 2003; Boullon, 2002; Gómez, 2004) (ver anexo 1).

### **1.2.2 Evolución del turismo de naturaleza en Cuba.**

El primer territorio legalmente establecido en Cuba como área protegida fue el Parque Nacional Sierra del Cristal, en la antigua provincia Oriente en 1930. Posteriormente, en 1933, se declaró como Refugio Nacional de Caza y Pesca a toda la Ciénaga de Zapata y en 1936, se declaró una Reserva Nacional para flamencos, en la costa norte de la provincia de Camagüey (Basulto, 2012).

Según (Basulto, 2012) las áreas declaradas en esta etapa no tuvieron una real implementación, protección efectiva ni un manejo especial de sus recursos, que respondiera a objetivos de conservación, siendo así plantea:

- 1) A partir de 1959 se dan los primeros pasos para la creación de áreas protegidas. El gobierno revolucionario aprueba la ley 239 con la finalidad de conservar, proteger y fomentar la riqueza forestal de la nación y se crean 9 parques nacionales prohibiéndose en ellos la destrucción de la flora y la fauna.
- 2) En la década de 1960, mediante la Resolución No. 412/ 1963 se establecen áreas con manejos especiales de protección, entre ellas las Reservas Naturales “El Veral” y “Cabo Corrientes” en la Península de Guanacahibes; Jiguaní y Cupeyal del Norte en las provincias orientales y Cayo Caguanes al norte de Sancti Spiritus en

1966. Estas reservas fueron las primeras áreas protegidas que funcionaron como tal en Cuba.

3) Durante la década de 1970, se crean las bases para la conformación de un sistema de áreas protegidas, tanto en el aspecto teórico como en el práctico.

4) En 1973 se realizan las primeras propuestas de sistemas de áreas protegidas con aproximadamente 100 áreas de elevados valores fitogeográficos. En los años 80 se aprueba la Ley 33 de Protección del Medio Ambiente y del Uso Racional de los Recursos Naturales, se crea la Empresa Nacional para la Protección de la Flora y la Fauna (ENPFF), que comienza a administrar un importante grupo de áreas protegidas. Es declarada además como zona rural protegida en la parte sur-oriental del país, la región montañosa de la Sierra Maestra, creándose así el Gran Parque Nacional Sierra Maestra y su Comisión Rectora.

5) En 1989, con el Primer Taller Nacional de Áreas Protegidas, se realiza una primera propuesta de un sistema de 73 áreas y se declaran las primeras 4 reservas de la Biosfera.

6) La década del 90 fue una etapa de momentos relevantes en la política ambiental cubana. Con la creación del Ministerio de Ciencia, Tecnología y Medio Ambiente (CITMA) en 1994 y de su Centro Nacional de Áreas Protegidas (CNAP) en 1995, se toma el liderazgo del sistema por estas entidades, creándose una nueva legislación. En esta etapa se pone en vigor el Decreto Ley 201/ 99 de Áreas Protegidas, el reconocimiento legal de 35 áreas protegidas por el Comité Ejecutivo del Consejo de Ministros (CECM), la declaración de 2 de ellas como sitios del Patrimonio Natural Mundial, dos nuevas reservas de la Biosfera y seis sitios RAMSAR, la redefinición y precisión del Sistema Nacional de Áreas Protegidas (SNAP), establecido legalmente en 1999 y la creación de su primer Plan 2003-2008.

La Ley 201/ 99 clasificaba las Áreas Protegidas en tres niveles: Áreas de Significación Nacional, Áreas de Significación Local y Regiones Especiales de Desarrollo Sostenible. Esta misma ley, exceptuando a las Regiones Especiales de Desarrollo Sostenible, establece ocho categorías de manejo para clasificar a las áreas protegidas: I. Reserva Natural (RN), II. Parque Nacional (PN), III. Reserva Ecológica (RE), IV. Elemento Natural Destacado (END), V. Reserva Florística

Manejada (RFM), VI. Refugio de Fauna (RF), VII. Paisaje Natural Protegido (PNP) y VIII. Área Protegida de Recursos Manejados (APRM). Al culminar el año 2009 habían sido identificadas un total de 2534 áreas protegidas naturales, marinas y terrestres aprobadas o propuestas, de ellas, 91 de significación nacional y 162 de significación local (Basulto, 2012).

En el mes de mayo de este año se aprobó el proyecto de Ley del Sistema de los Recursos Naturales y del Medio Ambiente en la quinta sección extraordinaria de la Asamblea Nacional del Poder Popular, en su novena legislatura (varios autores, 2022). Con el proyecto de ley se pretende establecer el marco institucional para la protección del medio ambiente y asegurar la conservación, protección y uso racional de los recursos naturales (Extremera, 2022).

Por los valiosos recursos naturales, ecológicos y paisajísticos que atesoran, en Cuba se identificaron, hasta el momento, un total de 215 áreas protegidas, de las cuales 79 son de significación nacional y 136 de importancia local. El máster en Ciencias Augusto Martínez Zorrilla, jefe del Departamento de Planificación del Centro Nacional de Áreas Protegidas (CNAP), informó que estas ocupan el 21,26 % de la superficie del país, incluyendo zonas de la denominada plataforma insular marina (aguas interiores). Según el especialista, 144 han sido aprobadas por el Consejo de Ministros, y 150 están bajo la administración directa de diferentes instituciones y organismos, entre ellas la Empresa Nacional para la Protección de la Flora y la Fauna y el Cuerpo de Guardabosques. Martínez Zorrilla señaló que las áreas protegidas poseen ocho categorías de manejo: reserva natural, parque nacional, reserva ecológica, elemento natural destacado, refugio de fauna, reserva florística manejada, paisaje natural protegido y área protegida de recursos manejados. Concebidas con el propósito de favorecer la conservación y el uso sostenible de la biodiversidad, del patrimonio boscoso y de otras riquezas, ellas muestran una elevada representatividad de la fauna y la flora cubanas, al alcanzar niveles de endemismo superiores al 95 y 85 %, respectivamente. Cuba dispone de seis reservas de la biosfera (Guanahacabibes, Sierra del Rosario, Ciénaga de Zapata, Buenavista, Baconao y Cuchillas del Toa), reconocimiento internacional conferido por la Organización de Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (Unesco). Las funciones de esa denominación radican en promover la

conservación de la biodiversidad y la diversidad cultural, el desarrollo económico y social sostenible, la investigación, la educación ambiental, y la activa presencia de las comunidades locales en la planificación y la gestión de la zona donde habitan. Asimismo, los parques nacionales Alejandro de Humboldt y Desembarco del Granma ostentan la condición de sitios Patrimonio Mundial Natural (Peláez, 2022).

### **1.2.3 Turismo de Naturaleza en Áreas Protegidas Cubanas.**

“Lamentablemente, todavía en muchas partes del mundo se sigue viendo a Cuba como un destino de sol y playa, pero el tesoro que tenemos asociado al turismo de naturaleza es algo de una magnitud inmensa...aunque falta mucho por explotar de manera sostenida las inmensas potencialidades que tenemos en esta modalidad”, afirmó el primer ministro, Manuel Marrero Cruz, al intervenir en la inauguración de la décimo tercera edición de Turnat (Extremera, 2022).

Turnat 2022 cuenta con asistencia de 19 países y reúne a representantes de agencias de viajes y turoperadores, expertos y operadores de turismo de naturaleza, aventura, rural y accesible. En esta edición, el evento de turismo de naturaleza líder en el país comparte sedes en la provincia de Pinar del Río, Artemisa, Mayabeque y la Habana, y el municipio especial Isla de la Juventud. El programa incluye grupos dedicados a actividades como senderismo, aventura y deportes aéreos, turismo accesible, fincas agroecológicas, cabalgatas, observación de aves, pesca deportiva, buceo y kayak.

La mejor playa del sur de Cuba, Cayo Largo, con sus calles empedradas, esa ciudad preservada, con casi 510 años y una amplia oferta cultural, uno de los destinos de turismo de naturaleza más importantes del país, en el macizo de Guamuhaya.

La ciudad primada, Baracoa, más de 20 ríos con agua todo el año, una naturaleza preservada, el Parque Nacional Alejandro de Humboldt, un rico patrimonio, y a Santiago, Bayamo, Camagüey, Santi Espíritus, Cienfuegos, La Habana vieja, Remedios y Viñales, otros destinos de naturaleza sorprendente (Extremera, 2022).

El 80 por ciento de las áreas resguardadas son administradas por la Empresa para la protección de la Flora y la Fauna, que pertenece al Ministerio de la Agricultura. Sobre estas administraciones, el programa de turismo sostenible del CITMA realiza

un papel de asesoría o jurisdicción metodológica, y nutre de conocimientos a quienes trabajan en esos lugares para el mejor manejo de dichos espacios. De ahí que intervengan el Ministerio de Agricultura, los guardabosques, la Academia de Ciencias, el Ministerio de Turismo y las diferentes direcciones que actúan en una región. En materia de turismo, un interés particular está en los viajeros que realizan la observación de aves, lo cual cobra fuerza en el mundo; en Cuba existen 28 áreas para esa actividad, que por demás difunde la necesidad de la conservación. Uno de los ejemplos más sobresalientes de observación de aves se encuentra en la zona occidental, en la provincia de Pinar del Río en lugares como Soroa, valle de Viñales y otros cercanos, territorio que fue uno de los escenarios para la versión 13 del Evento Internacional de Turismo de Naturaleza, Turnat 2022, el pasado mes de septiembre (Campos, 2022).

Esas partes cuentan con una lista de su fauna que pasa a la base de datos de Internet, y de ahí a los seguidores en el mundo de tal modalidad recreativa y científica. Es un sector muy especializado, y a la isla llegan viajeros de Europa, como franceses, británicos y nórdicos, y también estadounidenses, con la finalidad de observar aves; en esos grupos se incluyen botánicos y otros profesionales. Además, el programa de turismo sostenible realiza un trabajo con las comunidades y los prestatarios de servicios al sector, para integrarlos a una estructura adecuada y fomentar la preparación. Esto permite las mejores prácticas y protección en las áreas que visitan los turistas, sean nacionales o extranjeros, para tener conciencia de los materiales reciclables, como deshacerse de los desechos y ese tipo de instrucción (Campos, 2022).

El destino Cuba es singular para el desarrollo del turismo de naturaleza: fortalezas como los bien manejados y conservados ecosistemas, el alto grado de endemismo y biodiversidad, los más de 4 000 cayos y pequeñas islas que conforman el archipiélago, sus 7 746 km de costa, más de 900 km de playas y 4 000 km de arrecifes de barrera. Igualmente, más de 30 000 cuevas, grandes extensiones de manglares y humedales conservados, el 25% de área de bosques, el 22% de áreas protegidas dentro de esos bosques, reservas naturales, parques nacionales, reservas ecológicas, elementos naturales destacados, reservas florísticas manejadas, refugios de fauna, paisajes naturales protegidos y áreas protegidas de

recursos manejados. Todos esos lugares reflejan un trabajo arduo durante muchos años. El desarrollo del turismo de naturaleza en Cuba tiene como propósito promover las acciones de formación, educación, capacitación y comunicación en temas ambientales; fomentar el turismo de naturaleza accesible e inclusivo, sobre la base del uso sostenible de los recursos naturales y patrimoniales, así como el respeto a las formas de vida, costumbres y la cultura tradicional de las comunidades (Campos, 2022).

En la décimo tercera edición Turnat, el director general de la agencia de viajes Ecotur destacó, que, en el catálogo de la agencia, además de incluir actividades como el jeep safari el senderismo, la observación de aves, el cicloturismo, deportes aéreos, turismo accesible, fincas agroecológicas, cabalgatas, observación de aves, pesca deportiva, recorridos, programas en medios como motos, ecobyke, caravanas y otros turismos de aventuras, se han incluido novedades como las georrutas, calidad de vida, bienestar y las rutas agroturísticas.

En la IV Cumbre Iberoamericana de Turismo Accesible, celebrada en La Habana en diciembre de 2021, contribuyó a crear una plataforma para que la agencia potencie este importante segmento turístico. En Turnat 2022 se incluye una ruta para turismo accesible: se mencionó la intención de otorgar el certificado de hotel accesible a los hoteles Blau Arenal Habana Beach (sede de la inauguración de Turnat), Soroa y Rancho San Vicente. (Campos, 2022).

Raúl Naranjo director general de la agencia de viajes Ecotur en el evento Turnat 2022 informó que se trabaja en el diseño y preparación de programas para potenciar el multideestino en el Caribe, con países como México, Colombia, República Dominicana y Bahamas.

“Turnat se ha convertido en un evento de gran importancia no solo para mostrar los productos de naturaleza, aventura y rural, y las potencialidades de las regiones cubanas para desarrollarlos, sino que es también un evento de carácter científico, educativo, innovador e integrador, que incluye a numerosos actores del sector turístico, instituciones científicas y universitarias, comunidades, Gobiernos locales y las nuevas formas de gestión estatal, que cada vez se integran en mayor cantidad a la creación de nuevos productos”.



### 1.3 Producto turístico. Principales definiciones y clasificaciones.

Según (JM de la Colina, 2012), en algunos de los casos, el término “producto turístico” es confundido con otros conceptos a los cuales se les da un significado similar, tales como patrimonio turístico, oferta turística o recurso turístico. El producto turístico integra tanto los recursos, como la oferta y el patrimonio pero es algo más. La definición que recoge el autor Miguel Ángel Acerenza sobre el producto turístico sería la siguiente: “Es un conjunto de prestaciones, materiales e inmateriales, que se ofrecen con el propósito de satisfacer los deseos o las perspectivas del turista..., es un producto compuesto que puede ser analizado en función de los componentes básicos que lo integran: atractivos, facilidades y accesos”.

Para Medlik & Middleton (2004), el producto turístico desde el punto de vista del cliente son todos los complejos servicios que el turista recibe (alojamiento, recreación, transporte, y restaurantes) a los cuales Ramírez, C. (2006) le adiciona los atractivos recursos humanos (Moreno y Coromoto, 2010).

Para Boullón (2003), el producto turístico es algo más complejo y está conformado por toda la oferta turística, integrada, a su vez, por los servicios que suministran los elementos de la planta turística y por algunos bienes no turísticos. En otras palabras la oferta turística son todos los bienes y servicios disponibles para el turista por un precio y un periodo dado, condiciones estas que determinan su característica de transitoriedad, es decir su imposibilidad d almacenamiento (Moreno y Coromoto, 2010).

Una concepción más amplia la expone Cárdenas (2004), al indicar que el producto turístico es todo lo que contribuye a satisfacer al turista, conformado, en un nivel básico, por las facilidades (alojamiento, proveedores de restauración, de entretenimiento, agencia de viajes y otros) y accesibilidad (proveedores de transporte aéreo, marítimo, terrestre, fluvial, y otros); el nivel más elevado o la experiencia completa se logra gracias a los atractivos (naturales, artificiales, y de recurso humano).

Según autores como (Machado y Hernández, 2008), definen al producto turístico: la combinación de una serie de elementos tangibles e intangibles que solo se reconocen al momento mismo del consumo.

Son numerosos los autores e instituciones que han abordado el tema de los productos turísticos, su diseño y mejora continua, un producto turístico constituye (Gonzales, Días y Sosa, 2022):

“(…) una combinación de elementos materiales e inmateriales, como los recursos naturales, culturales y antrópicos, así como los atractivos turísticos, las instalaciones, los servicios y las actividades en torno a un elemento específico de interés, que representa la esencia del plan de marketing de un destino y genera una experiencia turística integral, con elementos emocionales, para los posibles clientes” (OMT, 2019, p. 19).

Los principales elementos que caracterizan un producto turístico se pueden describir como tangibles e intangibles. Los elementos tangibles que lo caracterizan son los recursos naturales, culturales y antrópicos, así como los atractivos turísticos, las instalaciones, los servicios, y las actividades en torno a un elemento específico de interés, que representa la esencia del plan de comercialización de un destino; y los elementos intangibles, relacionados con la satisfacción de sus necesidades, la experiencia turística integral, elementos emocionales de visitantes y turistas, en sentido general (Cuétara, Sablón, Márquez y Cartay, 2022).

Existen diversas clasificaciones de productos turísticos que tienen sus propias ventajas y desventajas. A continuación (Salinas y Medina, 2009), analizaron críticamente estas clasificaciones y las agruparon en viajes, instalaciones y territorios.

El producto viajes, constituye el origen y el fundamento de la actividad turística. Se vende por tour operadoras y agencias de viajes que entregan al cliente, al momento de la compra, una descripción de todos los servicios que recibirá y cuyo disfrute se debe materializar con el viaje propiamente dicho. En la actualidad, y cada vez con mayor frecuencia, estas ventas se realizan por internet, y es el propio cliente que tiene la satisfacción de proyectar y organizar su viaje.

El producto instalaciones, comprende instalaciones de alto valor patrimonial, estético y funcional con servicios de alta calidad y/o especialización que satisfacen necesidades materiales y espirituales como es el alojamiento, la recreación y las actividades del ocio. Para que estas instalaciones puedan convertirse en sí mismas en productos turísticos y, que a su vez puedan ser reconocidas por los clientes, deben tener un valor excepcional y diferentes a la vez de estar posicionadas en el mercado. Este producto puede estar formado por una instalación con un servicio y distinción especial, como también pueden ser incorporados los complejos turísticos recreativos con variados y sofisticados servicios que abarcan todas las instalaciones diferentes en una o diferentes con distintas localizaciones.

El producto territorio, coincide con un espacio físico de determinados límites, extensión territorial variable y de complejidad funcional diversa, en él se agrupan varios productos y ofertas, y comprende desde los más pequeños, que pueden conformar los denominados complejos turísticos, hasta una región o un destino turístico.

### **1.3.1 El producto turístico de naturaleza. Antecedentes y definiciones.**

La creación de producto turístico sostenible para la modalidad de turismo de naturaleza, constituye con un proceso que se inicia con la selección de recursos naturales, culturales e históricos; elementos del ciclo de vida del producto; la necesaria participación de actores locales (sostenibilidad social), los beneficios en la prestación de servicios al visitante (sostenibilidad económica), así como, la preservación del ecosistema y biodiversidad en el territorio (Cuétara, Sablón, Márquez y Cartay, 2022 citado en Haid y Albrecht, 2021).

El valor escénico de los espacios naturales fue un factor que tuvo un indudable peso en el proceso de gestación de los primeros espacios naturales protegidos, como fueron los Parques Nacionales. A finales del siglo XIX, y principios del XX, en pleno desarrollo industrial de algunos países y de avances de los sistemas de transporte, surge la inquietud del valor estético de determinados espacios. Por este motivo se protegen los primeros espacios naturales y empiezan a dictarse las primeras normas que lo amparaban.

Un siglo después, sin embargo, la conservación de los espacios naturales conlleva implícita una amplia nómina de finalidades, en relación con la propia evolución del concepto de conservación, en el que se mezclan propósitos conectados con la protección y conservación del medio biofísico y cultural, así como el carácter científico, educativo, recreativo y socioeconómico (TOLON ET AL.,2008). Sin duda, esta evolución del concepto es fruto de la diferente forma en la que el hombre se ha relacionado con el medio natural, que ha ido de posturas meramente utilitarias a otras en la que se conjugan la conservación con los aprovechamientos tradicionales y de nuevo cuño.

Por tanto, los espacios naturales protegidos han adquirido en la actualidad un rol múltiple en respuesta a lo que demanda la sociedad en un contexto en el que se trata de alcanzar el equilibrio entre el uso y conservación a través de la sostenibilidad. Como parte fundamental de este rol, los espacios naturales se han convertido, por su capacidad de atracción, en recursos turístico, dando lugar a movimientos de personas que se encuentran bajo el término genérico de turismo de naturaleza (Campesino y Jurado, 2014).

La visualización de la naturaleza a través del turismo lleva al conocimiento no solo del medio natural sino también de los rasgos culturales de sus poblaciones y la sensibilización de implicación en la conservación de los mismos. Una de las tareas de la planificación consiste en satisfacer las necesidades de interpretación y de información de los visitantes y la gestión que comporta, y se requiere proporcionar una educación mínima, dado que los turistas desean aprender acerca de los ambientes que visitan y conseguir una mejor comprensión y apreciación del ambiente natural-cultural (Martínez, 2017).

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 puedan 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 la 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 incluyen todas las formas de turismo relacionadas con el uso de los recursos naturales como paisaje, agua, vegetación, topografía, y vida silvestre, entre otros, manteniendo contacto con la naturaleza (Pelegrín, 2022).

### **1.3.2 El producto turístico de naturaleza en Cuba. Características y tendencias.**

Se puede afirmar que el producto de turismo de naturaleza que ofrece Cuba se basa en: los números, diversos, y valiosos recursos naturales, histórico-culturales y paisajístico; un amplio conjunto de instalaciones de alojamiento y servicios turísticos dispersos en todo el territorio nacional, ubicados muchos de ellas en las cercanías de áreas silvestres protegidas; un servicio de guías locales con especialistas con alta calificación técnica y cultural; una amplia red de carreteras, caminos y senderos que facilita el acceso a lugares más remotos del país, y un conjunto de leyes y planes de manejo que establecen los principios jurídicos para el uso y protección de los recursos turísticos (Salinas, 1980).

Cuba en la actualidad opta por seguir apreciando, cuidando y desarrollando de manera sostenible el turismo de naturaleza dándole a conocer y comercializándolo. Se han dado buenos pasos, aunque todavía no suficientes, la explotación de manera sostenida de esta modalidad que tiene tantas potencialidades. En el evento Turnat realizado en septiembre de este año se destacaron las fortalezas de Cuba en el turismo de naturaleza; este cuenta con asistencia de 19 países y en el programa incluye grupos dedicados a actividades como senderismo, aventuras y deportes

aéreos, turismo accesible, fincas agroecológicas, cabalgatas, observación de aves, pesca deportiva, buceo y kayak (Extremera, 2022).

En el evento también se abogó por seguir perfeccionando el turismo de circuito o de recorrido, una nueva modalidad que ha adquirido mucha demanda y que se comienza a promover porque el cliente se lleva una visión más completa de lo que es el producto turístico cubano, pues toca playa, naturaleza, cultura, historia. También, se destacó que al turismo de naturaleza se la ha ido incorporado el turismo inclusivo resaltando el sentimiento que debe llevar el destino para que se extienda por toda la familia cubana y que se puede ver en la medida en que se van desarrollando.

“El amante de la naturaleza ya no quiere ir a pasar trabajo, hay que ofrecerle un grupo de condiciones y calidad, pero subordinándolas al entorno. Y hemos apostado por eso. Hay proyectos existentes, y otros que están en marcha, de gran calidad, pero insertados en esos escenarios que son exclusivos” dijo el primer ministro cubano en la inauguración de Turnat 2022 (Extremera, 2022).

Las afectaciones debido a la pandemia y los efectos climatológicos extremos marcan una nueva etapa del turismo en el mundo, y especialmente en Cuba, y se ha convertido una tendencia mundial en las preferencias para la recuperación y desarrollo del turismo en la etapa poscovid, el turismo de naturaleza, aventura y rural. El destino Cuba posee numerosas fortalezas como los bien manejados y conservados ecosistemas, como las más de 30 000 cuevas, grandes extensiones de manglares, y humedales conservados, el 25% de áreas de bosques, reservas naturales, parques nacionales, reservas ecológicas, elementos naturales destacados, reservas florísticas manejadas, refugios de fauna, paisajes naturales protegidas y áreas protegidas de recursos manejados (Extremera, 2022).

“El agroturismo sintetiza el producto turístico de Ecotur, por el que siguen trabajando intensamente para incorporarlo en rutas y otras modalidades de la cartera de productos de Ecotur. El agroturismo resume el modo de producción tradicional bajo los principios de la agroecología, participación comunitaria, y formas de vida del campesino cubano, con sus platos típicos, música y tradiciones que

distinguen a la Cuba rural en sus diferentes regiones” señaló el director general de la agencia de viajes de Ecotur, Turnat, 2022.

El director general de la agencia de viajes de Ecotur destacó en tal evento, que en el catálogo de la agencia además de las actividades que ellos ofertan se han incluido novedades como las georrutas, calidad de vida y bienestar y las rutas agroturísticas.

Cuba desde hace años incorpora la accesibilidad e inclusión en el turismo de naturaleza, el cual ha dado pasos relevantes y de crecimiento por la alta demanda de este mercado. Las personas que se encuentran con discapacidad toman una posición en el turismo accesible, en el turismo inclusivo, donde no existen impedimentos para estos viajeros de disfrutar de un espacio natural, poder interactuar y sentirse integrado (Extremera, 2022).

#### **1.4 Gestión integrada en función del lanzamiento y comercialización de productos turísticos de naturaleza en áreas protegidas.**

Con los análisis realizados de los estudios de la actividad turística (Medlik y Middleton, 1973 y Middleton et al., 1978; citados por Borja et al., 2002; Cárdenas, 1983; Cárdenas, 1991; Acerenza, 1993; Dacosta, 1993; Bordas, 1994; Middleton, 1994; Novo, 1997; Rodríguez y Coll, 2000; Borja et al., 2002; Armadans, 2002; Boullón, 2002; Serra, 2003; Salinas, 2003; Valls, 2004; Milio, 2004; González, 2006; Soto y Lima, 2009) se pueden visualizar las particularidades y especificidades de las definiciones del producto turístico, así como la evolución que han tenido las mismas, al incorporarle elementos de marketing, que actualmente inciden en la conceptualización y el posicionamiento que alcanza un producto turístico en el mercado.

No obstante, la autora considera que, si bien las definiciones de producto turístico han evolucionado y se han incorporado nuevos elementos en función del consumo, aún su tratamiento en función de la integración a los restantes elementos a considerar por la actividad turística, resulta insuficiente para lograr la satisfacción de las necesidades del cliente actual y superar además sus expectativas.

El análisis de los procedimientos que para estos efectos han propuesto autores tales como: Schnard, (1990), Santesmases (1993), Kotler (1996), Nieto y LLamazaresar (1995), Mazur (2002), Martín (2003), Serra (2003), Medina y Santamarina (2004) y Grande (2005), permiten concluir: las etapas de generación de ideas y tamizado de las mismas, test de producto y test de mercado, son etapas coincidentes en todos los casos; la posición que ocupa la etapa de análisis del mercado difiere de ser el primer paso, o un paso intermedio, o se consideran las necesidades del mercado en el momento de su presentación a través del test de mercado; Tanto el test de producto, como su lanzamiento y puesta a prueba son elementos coincidentes en el 77 % de los procedimientos analizados; en el 100 % de los procedimientos analizados solo participa el creador del producto, es decir, su futuro explotador; se considera que los procedimientos analizados están diseñados para responder a modalidades muy puntuales dentro de la demanda turística, lo cual limita la vinculación en un mismo producto de varias modalidades, a partir de la generación de ideas sin previamente definir el segmento de mercado a trabajar y sus necesidades, en los procedimientos analizados no se tiene en cuenta la necesidad de establecer en aquellos recursos, tanto culturales como naturales, que constituyan patrimonio la interpretación del mismo, de forma tal que no se distorsione su valor.

Lo cual significa que aún resulta insuficientes la adaptación a las nuevas tendencias que exige el mercado, para lo cual se hace necesario incorporar elementos relacionados: la participación, la integración, e interpretación que permitan una mayor coordinación de todos los actores del producto turístico y a su vez de la integración de los atractivos turísticos de un destino (Machado, 2013).

El uso intensivo de los recursos naturales, el incremento del consumismo desmedido e inapropiado, el aumento de la contaminación ambiental del aire, el suelo y las aguas, el derroche de energía, son aspectos que amenazan el futuro, el desarrollo y la existencia de la especie humana. A escala del planeta, se ha creado una conciencia en aras de lograr una gestión ambiental, como elemento fundamental en la búsqueda de la sustentabilidad ambiental.



Norma ISO 14001. La Norma ISO 14001 para las organizaciones se ha convertido en un pilar importante en los procesos que vienen desarrollando, en la generación de conciencia por la conservación de los recursos naturales y propender iniciativas que contribuyan al desarrollo sostenible. Iniciativa como éstas son decisiones que se toman desde la alta gerencia en la aplicación e implementación de los requisitos que exige la Norma ISO 14001.

En el caso de Cuba la Constitución en su Artículo 27 establece que: «El Estado protege al Medio Ambiente y los recursos naturales del país». Reconoce su estrecha vinculación con el desarrollo económico y social sostenible para hacer más racional la vida humana y asegurar la supervivencia, el bienestar y la seguridad de las generaciones actuales y futuras. Corresponde a los órganos competentes aplicar esta política. Es deber de los ciudadanos contribuir a la protección del agua, la atmósfera, y los valores culturales.

Para la correcta implementación de la política trazada, en el VII Congreso del Partido Comunista de Cuba, se perfeccionaron los Lineamientos de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución, donde se plantea sostener y desarrollar investigaciones integrales para proteger, conservar y rehabilitar el Medio Ambiente, y adecuar la política ambiental a las nuevas proyecciones del entorno económico y social (Toledo, 2017).

Los destinos turísticos han tenido que incorporar nuevos conceptos en su gestión, debido a la globalización de los mercados y de la actividad turística en particular, lo que ha provocado un incremento en su competencia, en aras de despertar interés en el turista potencial y posicionarse en el lugar seleccionado para sus próximas vacaciones. Lo cual obliga al modelo de gestión tradicional a evolucionar, y mejoran así la competitividad del destino y los resultados económicos. La comercialización de los destinos debe perseguir la consolidación y el crecimiento, bajo una filosofía de marketing, y contribuir de forma sostenida, equilibrada y creciente a su desarrollo (Machado, 2013).

#### **1.4.1 Consideraciones y antecedentes metodológicos sobre la gestión integrada en función del lanzamiento y comercialización de productos turísticos de naturaleza en áreas protegidas.**

A partir de una gestión ambiental eficiente, sostenible, adecuada para cada producto turístico, se puede obtener mejores beneficios e ingresos sin ocasionar daños al medio ambiente. Teniendo en cuenta el procedimiento del diseño de un producto turístico el cual aborde en su contenido un procedimiento de gestión ambiental correcto y adecuado que integre el cuidado, protección y conservación de los recursos naturales y medioambientales, es un procedimiento perfecto de gestión integral por el que se aboga mucho en las investigaciones actuales con el objetivo de dar respuesta a las exigencias actuales del mercado y el cuidado del medio ambiente.

Para la elaboración de dicho procedimiento mencionado anteriormente se realizará un análisis de bibliografías consultadas que aborden procedimientos de gestión ambiental y de diseño de productos turísticos en las que se pueden mencionar:

1. Según (Alcívar y Rodríguez, 2021) las fases que debe contener un SGA basados en las ISO 14001, donde el primer paso es especificar en el manual SGA los requisitos de la institución como objetivos, misión, visión, posterior a ello se definen las políticas ambientales para luego proceder a planificar acciones de acuerdo a los riesgos e impactos identificados de la operacionalidad organizacional, se implementa delegando responsabilidad y el último paso es controlar y verificar que todo lo implementado se desarrolle acorde a como fue planificado.
2. Según (Machado, 2013) pretende brindar un procedimiento con carácter estructural, participativo, flexible y dinámico, para el diseño de productos turísticos integrados adaptados a las condiciones reales de la región central del destino Cuba, el cual tiene en consideración las interacciones no solo del producto, sino de los destinos, y permitirá el desarrollo de estos bajo las nuevas necesidades del mercado turístico actual y las características de la gestión de productos turísticos.
3. El procedimiento que se propone tiene como objetivos diseñar productos turísticos integrados donde la autenticidad constituya una ventaja competitiva, es decir, los recursos históricos, culturales y naturales que podrían incorporarse al

producto, sin que se pierda la esencia de la visita al cliente y lograr una interrelación con el resto de los prestatarios que intervienen en el producto (Machado y Hernández, 2007).

4. En el Procedimiento para el diagnóstico de la Gestión Ambiental en el hotel Caballeriza perteneciente al complejo de hoteles en Holguín (Torres, Pelegrino y Colas, 2020) se pretende establecer acciones de mejora a partir de este diagnóstico. El procedimiento cuenta con cuatro pasos.

## **Capítulo II: Propuesta de procedimiento de investigación para la gestión integrada en función del lanzamiento y comercialización de productos turísticos de naturaleza en áreas protegidas.**

El procedimiento que se propone tiene por objetivo lograr una gestión integrada efectiva en función del lanzamiento y comercialización de productos turísticos de naturaleza en áreas protegidas tomando como componente la gestión ambiental, teniendo en consideración toda una serie de recursos históricos, culturales y naturales, que podrían incorporarse al mismo, sin perder la esencia de la visita del cliente y constituye una experiencia a vivir más que un simple viaje contemplativo. El procedimiento cuenta con 4 etapas y 18 pasos.

### **2.1 Procedimiento basado en “Integración y Diseño del Producto Turístico aplicado en la Región Central del destino Cuba” de Machado 2018 y “La gestión ambiental en una entidad hotelera de turismo de naturaleza. Caso Villa Mirador de Mayabe de Holguín, Cuba” de Ochoa 2016.**

#### **Etapas I: Organizativa**

1. Organización del equipo.
2. Delimitación del área de investigación.

#### **Etapas II: Analítica**

1. Delimitación y estudio de mercado.
2. Inventarios de recursos y atractivos turísticos.
3. Análisis de la competencia.

4. Definición de la política ambiental del área protegida.
5. Diagnóstico del estado de la Gestión Ambiental en el área protegida.

**Etapa III: Diseño de producto y diagnóstico de la Gestión Ambiental en el área protegida donde se localiza.**

1. Generación y evaluación de conceptos de productos turísticos.
2. Atributos detallados y requerimientos finales del producto turístico.  
  
Conceptos y Atributos.  
  
Atributos y requerimientos finales
3. Diseño del producto final.
4. Diagnóstico del estado de la Gestión Ambiental en el área protegida atendiendo al producto turístico propuesto.
5. Diseño del programa de acciones atendiendo al producto turístico propuesto.
6. Estrategias y programas de marketing para el lanzamiento del producto.

**Etapa IV: Establecimiento, revisión y seguimiento.**

1. Ejecutar estrategias y programas de marketing atendiendo al producto turístico propuesto.
2. Ejecutar programa de acciones de gestión ambiental a realizar en el área protegida atendiendo al producto turístico propuesto.
3. Evaluar los resultados alcanzados.
4. Control de cumplimiento de las acciones.
5. Comunicación de los resultados.

La primera etapa del procedimiento que es la organizativa es la más importante, pues de ella depende en gran medida el avance del proceso de planificación, los objetivos y las estrategias que se definan. En esta etapa se pretende crear un grupo que se va a encargar de algunas de las actividades que se llevarán a cabo en la etapa analítica y que serán cruciales para la investigación en la que se determina

el nivel organizativo de trabajo que deberá emplear el equipo. Además, se delimitará el área de estudio en el que se planea crear el nuevo producto turístico y su pertinente investigación de la gestión ambiental que se va a realizar enmarcada en un área protegida. Los métodos e instrumentos a utilizar en esta etapa del procedimiento son la dinámica de grupo, talleres, intercambio entre especialistas y trabajadores.

### **Paso 1: Organización del equipo**

En este paso se conformará el equipo de trabajo pertinente al área protegida en que se va a trabajar, se establecerán los objetivos, el compromiso, interacción y líneas de comunicación eficiente entre los presentes.

### **Paso 2: Delimitación del área de investigación**

Con la delimitación del área de estudio se pretende identificar el área sobre la cual se va a basar la investigación, los límites físicos especiales y la zona priorizada en su categoría de preferente uso turístico para el desarrollo turístico y sus características, el grupo de investigación definido trazará las estrategias a llevar a cabo.

En la segunda etapa se diagnostica la situación actual en cuanto a la delimitación y estudio del mercado, análisis de la competencia, inventario de recursos turísticos y atractivos turísticos del área con los que se dispone para el diseño del producto. Continúa la etapa partiendo de una definición de la política ambiental del área de estudio donde se va a crear el nuevo producto turístico y se hace un diagnóstico del estado de la Gestión Ambiental del mismo. Los métodos e instrumentos a utilizar en esta etapa del procedimiento son la revisión y análisis de bibliografía especializada y la recopilación de información, entrevistas, observación directa, criterio de expertos.

### **Paso 3: Delimitación y estudio del mercado.**

No es posible emprender el proyecto para el lanzamiento de un producto sin antes verificar si existe una oportunidad de mercado. El estudio de la demanda debe arrojar dos resultados importantes:

- Características de la demanda desde el punto de vista cualitativo, es decir perfil del o los segmentos de mercados a los cuales se dirigirá la oferta.
- Cuantificación de la demanda. Más explícitamente se puede plantear que el estudio de la demanda está basado fundamentalmente en la aplicación de métodos estadísticos, y en un estudio de campo; en el caso del turismo el estudio de campo se ve limitado por lo difícil del acceso a los mercados futuros, por lo que de forma general ha de emplearse la información que arroja el análisis de las tendencias actuales de los principales mercados emisores, su comportamiento, motivaciones, entre otros; ello obviamente, no excluye la aplicación de instrumentos a aquellos que actualmente visitan el lugar para recoger información primaria; a partir de los hallazgos encontrados, será posible hacer inferencias acerca de las expectativas de futuros turistas con relación a su nivel de satisfacción con respecto a la oferta, percepciones acerca de mejoras que requieren los productos puestos a su disposición, aportaciones al producto a partir de nuevos atributos y en general, necesidades y deseos que pueden ser compartidos por los futuros visitantes especialmente cuando integran el mismo segmento de mercado.

El estudio de mercado debe abarcar como objeto de análisis los intermediarios es decir agencias de viaje, los proveedores, la competencia y el público objetivo, en el micro-entorno que rodea al producto o destino de que se trate.

Además los factores que forman parte del macro-entorno, entre ellos, económico, demográfico, tecnológico, físico, sociocultural y político-legal.

#### **Paso 4: Inventarios de recursos y atractivos turísticos.**

Aquí se analizarán los recursos del área protegida en que se va a trabajar desde el punto de vista geográfico para ordenar todos los factores físicos y culturales que caracterizan el lugar como un conjunto de atractivos en que nos vamos a basar para diseñar dicho producto.

#### **Paso 5: Análisis de la competencia.**

Consiste en identificar a los principales competidores, ya sean competencia directa o competidores indirectos y caracterizarlos según las fortalezas y debilidades que ellos poseen y posteriormente se identifica cuáles de esos competidores se

encuentran en una categoría superior, y cuáles se encuentran en una categoría inferior.

**Paso 6: Definición de la política ambiental del área protegida.**

Se definirá la política ambiental del área protegida en que se va a trabajar y luego se le dará a conocer en reunión a los trabajadores, ocasión en la cual se comprometerán a cumplir la misma.

**Paso 7: Diagnóstico del estado de la Gestión Ambiental en el área protegida.**

En este paso se pretende realizar reuniones con el equipo de trabajo integrado donde se aborde la importancia del estado de la gestión ambiental en el área protegida y por la misma razón plantear la necesidad de realizar un diagnóstico para identificar los problemas ambientales y con este buscar las posibles vías de soluciones. Además, se abordará el procedimiento para el diagnóstico y se evaluarán todas las dudas del equipo.

En la tercera etapa se procede a generalizar y evaluar conceptos de producto turístico, sus atributos detallados y requerimientos finales del mismo, para luego con el diseño del producto final acabado, valorar mediante un diagnóstico del estado de la Gestión Ambiental en el área protegida del producto turístico propuesto, cuáles son las insuficiencias en la integración y conservación de éste producto turístico de naturaleza con el manejo sostenible del áreas protegida en que se va a llevar a cabo, a partir de lo planteado se realizará una tormenta de ideas para buscar posibles soluciones y con éstas últimas diseñar un programa de acciones de gestión ambiental a realizar en el área protegida atendiendo a dicho producto. Además, se explicará detalladamente las estrategias y programas de marketing a utilizar para el lanzamiento del producto.

**Paso 8: Generación y evaluación de conceptos de productos turísticos.**

Una misma idea de un nuevo producto puede desembocar en varios conceptos. Se trata de concretar las ideas que han sobrevivido a las evaluaciones preliminares especificando las funciones o ventajas esperadas del producto, a quién va dirigido y las actividades que el mismo genera.

El concepto puede definirse como: “Una descripción, preferentemente escrita, de las características físicas y perceptuales del producto final considerado y de la promesa que constituye para un grupo concreto de usuarios” (Lambín 1991).

Conceptualizado el producto ha de realizarse la prueba del mismo, para estimar el grado de aceptación que tendrá en el mercado o confrontar conceptos competitivos. En este momento se hace necesario realizar un análisis de prefactibilidad del concepto del producto, desde el punto de vista de las cuatro dimensiones del turismo sostenible, es decir: económica, social, legal y natural, haciendo énfasis en este último, puesto que el cálculo de la carga capacidad pone límite a la explotación del recurso.

Una vez definido el concepto del producto, se identifican los servicios y equipamiento necesarios para la ejecución de las actividades, alojamiento, transporte, guías, información y mapas, alimentación, alquiler de equipos, etc.

Es posible aquí incorporar ideas para completamiento del producto, puede entenderse como combinaciones de atributos ya sea natural, cultural, histórico, otras actividades como, restauración, interacción con el medio, entretenimientos, venta de artesanías, entre otras.

#### **Paso 9: Atributos detallados y requerimientos finales del producto turístico.**

Sobre la base de los atributos que caracterizan los recursos atractivos, se identifica el tipo de actividad que el turista puede realizar, se establecen los tiempos que demoraría la ejecución de cada una de ellas, este paso es vital, toda vez que permitirá más tarde diseñar un itinerario que servirá de base para la oferta del paquete y será la base sobre la cual se pueda construir las necesidades de servicios y equipamientos para realizarlas, así como la ficha de costo que servirá de punto de partida para establecer los precios del producto y realizar los análisis de factibilidad.

Una actividad genera un subproceso que puede repetirse en diversos productos, la organización de su ejecución puede dar lugar a la integración de la oferta.

#### **Paso 10: Diseño del producto final.**

Según la metodología para inventario de atractivos turísticos se define a éstos como “el conjunto de lugares, bienes, costumbres y acontecimientos que por sus



características, propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés del visitante” (Metodología de Inventarios Turísticos Ecuador, 2004).

Para identificar los recursos/ atractivos ha de realizarse un inventario turístico, para lo cual la autora sugiere el uso de la metodología citada anteriormente, éste es el proceso mediante el cual se registra ordenadamente los factores físicos, biológicos y culturales que como conjunto de atractivos, efectiva o potencialmente puestos en el mercado, contribuyen a confrontar la oferta turística del país. Proporcionan información importante para el desarrollo del turismo, su tecnificación, evaluación y zonificación en el sentido de diversificar las áreas del desarrollo turístico.

Constituye el punto neurálgico de esta metodología, al detallar los recursos/atractivos alrededor de los cuales, pueden definirse actividades integradas en la cadena de valor para generar la oferta, identificando las fortalezas y debilidades en cada caso; es la concreción del producto básico de la oferta desde la óptica del enfoque de marketing.

Se hará un levantamiento además, de los productos que ya están comercializándose en el destino y cuáles de ellos admiten el fomento de alianzas mejorando e integrando actividades.

La metodología sugerida por lo autora permite conformar una ficha de cada producto siguiendo varios criterios de análisis y ponderación de la calidad del producto tanto intrínseca como extrínseca.

### **Paso 11: Diagnóstico del estado de la Gestión Ambiental en el área protegida atendiendo al producto turístico propuesto.**

En este paso se pretende realizar reuniones con el equipo de trabajo integrado donde se aborde la importancia del estado de la gestión ambiental en el área protegida atendiendo al producto turístico propuesto y por la misma razón plantear la necesidad de realizar un diagnóstico para identificar los problemas ambientales y con este buscar las posibles vías de soluciones. Además, se abordará el procedimiento para el diagnóstico y se evaluarán todas las dudas del equipo.

### **Paso 12: Diseño del programa de acciones atendiendo al producto turístico propuesto.**

Es la fase superior del diseño de producto; permite detallar en estrategias y acciones concretas los pasos a seguir para llevar el producto diseñado al mercado objetivo. En la misma se definen las directrices generales del producto, para lo cual se toman como base los riesgos de la idea desarrollada.

**Paso 6: Estrategias y programas de marketing para el lanzamiento del producto.**

En este paso se define el precio, posicionamiento del producto donde se identifican las ventajas competitivas, la imagen, promoción, los canales de distribución.

En la etapa cuatro, a partir de los elementos analizados y concebidos anteriormente se da paso a ejecutar las estrategias y programas de marketing atendiendo al producto turístico propuesto, además, de establecer el programa de acciones de gestión ambiental a realizar en el área protegida, elaborado a partir de los resultados obtenidos de la tormenta de ideas realizada en la etapa tres del procedimiento. También se evaluarán los resultados alcanzados y el control del cumplimiento de las acciones mediante métodos teóricos y dinámica de grupo y así finalmente comunicar los resultados.

**Paso 13: Ejecutar estrategias y programas de marketing atendiendo al producto turístico propuesto.**

En este paso se establecerán las estrategias y programas del marketing en cuanto al producto turístico propuesto, precio, promoción y distribución. Se llevará un control para conocer el grado de cumplimiento del producto a medida que se van ejecutando las acciones definidas y se van encaminando las estrategias. Con este control se pretende detectar los posibles fallos y desviaciones a tiempo, y prever con anticipación para poder aplicar soluciones y medidas correctoras con inmediatez.

**Paso 14: Ejecutar programa de acciones de gestión ambiental a realizar en el área protegida atendiendo al producto turístico propuesto.**

Se ejecutarán programa de acciones de gestión ambiental atendiendo a los problemas priorizados para darles solución y se les dará un seguimiento y control a los mismos con el objetivo de evitar fallos en su cumplimiento.

**Paso 15: Evaluar los resultados alcanzados.**

Atendiendo a los programas que se ejecutarán en esta etapa del procedimiento se realizarán revisiones profundas teniendo en cuenta las experiencias en la implementación, dificultades y sugerencias que se puedan proveer. Se verifica el estado de cumplimiento de la legislación y de todas las acciones programadas así como su resultado.

**Paso 16: Control de cumplimiento de las acciones.**

El programa de acciones ambientales y de lanzamiento y comercialización del producto turístico propuesto será revisado sistemáticamente por la empresa Flora y Fauna de matanzas como la entidad responsable de la conservación de esta área y el MINTUR que es la entidad que opera en el área protegida con diversos productos turísticos.

**Paso 17: Comunicación de los resultados.**

Los resultados de la evaluación del procedimiento serán comunicados a las entidades responsables del área de investigación y a sus directivos.

**2.2 Métodos y Técnicas de la investigación**

Para el desarrollo de la investigación se utiliza como método general el inductivo-deductivo, ya que el mismo posibilita la sistematización de la información basadas en el procesamiento de datos provenientes de otras investigaciones relacionadas con la temática que se investiga. La aplicación de dicho método posibilita desarrollar una gestión integrada en función del lanzamiento y comercialización de productos turísticos de naturaleza a partir de servicios ecosistémicos culturales en áreas protegidas de conjunto con una gestión ambiental eficiente y sostenida. En la investigación se emplean otros métodos de orden teórico como el analítico-sintético, que unidos a la revisión documental, la revisión bibliográfica, entrevista, encuesta, dinámica de grupo, conferencias, talleres; permitieron la elaboración de los fundamentos teóricos metodológicos de la investigación, así como elementos caracterizadores que posibilitaron la propuesta del procedimiento.

A continuación, se explican cada uno de los métodos:

- ✚ Análisis-síntesis: El análisis posibilita descomponer mentalmente un todo complejo en sus partes y cualidades. La síntesis posibilita descubrir relaciones y características generales entre los elementos analizados. Ambos procesos dependen uno de otro, el análisis de los elementos de la situación problemática se realiza relacionando estos elementos entre sí y vinculándolos con el problema como un todo. A su vez, la síntesis se produce sobre la base de los resultados dados previamente por el análisis. (Pérez, 2022) expresa que es la capacidad de síntesis la que pone a prueba todo el razonamiento lógico que el investigador debe desarrollar para educar sus propios pensamientos. Este método es utilizado en el despliegue del marco teórico de la investigación, así como en varios de los pasos del procedimiento propuesto.
- ✚ Inductivo-deductivo: posibilitará la sistematización de la información basadas en el procesamiento de datos provenientes de otras investigaciones relacionadas con la temática que se investiga, de los propios datos obtenidos de la empresa Flora y Fauna de Matanzas y el MINTUR y con las entrevistas y encuestas realizadas a los clientes del parque turístico La Arboleda. Permite elaborar criterios sobre el tema para lograr la elaboración de conclusiones (Pérez, 2022).
- ✚ Revisión documental: mediante este se analiza el Plan de Manejo 2022-2027 recientemente actualizado, las principales actividades ofertadas por el parque turístico La Arboleda y las responsabilidades que presentan las entidades que operan en este último como el MINTUR y la empresa de conservación Flora y Fauna, mediante la revisión directa de documentos impresos o digitales.
- ✚ Revisión bibliográfica: se realiza a través de la revisión crítica del material bibliográfico consultado en relación al tema de investigación, ya sean impresos o en soporte digital. En este caso se tienen en cuenta tanto fuentes nacionales como extranjeras.
- ✚ Entrevistas: permite entrar en contacto con el personal investigado con el objetivo de buscar el criterio, opiniones, sugerencias, ideas, preocupaciones de los mismos. En este caso se realiza a los clientes que visitan el parque

turístico La Arboleda, con el objetivo de asegurar la total satisfacción de ellos en el lugar, la importancia de sus preferencias concebidas a los productos ofertados, y la búsqueda de nuevos productos turísticos para su contribución al desarrollo del área en general, entre otros elementos. Para esto se utiliza un muestreo no probabilístico accidental o bola de nieve. El mismo consiste utilizar disponibles en un momento dado que se corresponde con el propósito de la investigación. Es aplicada a los clientes tanto internacionales como nacionales que se encontraban disfrutando de los atractivos del lugar el día que se realizó la entrevista.

- ✚ Encuestas: permite recopilar información mediante el cuestionario previamente diseñado y conocer la opinión del encuestado. Esta se les aplica tanto a clientes nacionales como a clientes internacionales que visitan el lugar aunque existe una variación del número de clientes por día. Se le aplica a 10 clientes nacionales y 10 internacionales por las mismas razones anteriores.
- ✚ Dinámica de grupo: consiste en la reunión de un número de personas conocedoras del tema a estudiar; constituye una valiosa vía de búsqueda de información y de solución de problemas, con el objetivo de intercambiar información, realizar análisis crítico y buscar consenso de las propuestas más adecuadas en relación al asunto planteado. Para realizar este método con eficiencia se necesita a las personas involucradas en el asunto a tratar y que tengan información para aportar y se puede realizar tanto física como a distancia.
- ✚ Conferencias y talleres: dirigidas a aquel personal que va a contribuir en la investigación para dotarlos del conocimiento necesario para dirigir el estudio. Estas se pueden implementar de forma oral.
- ✚ Se utiliza el Microsoft Excel para la elaboración de los gráficos y el Software SPSS versión 19.0 para el procesamiento de las encuestas.

### **Capitulo III: Aplicación Parcial del procedimiento para la gestión integrada en función del lanzamiento y comercialización de productos turísticos de naturaleza en su aplicación al Paisaje Natural Protegido “Valle Río Canímar”.**

Teniendo en cuenta los resultados investigativos obtenidos se propone la comprobación y validez del mismo a través de la aplicación práctica de este procedimiento para la gestión integrada en función del lanzamiento y comercialización de productos turísticos de naturaleza, a partir de la consecución de las diferentes etapas que se plantean y el empleo de las herramientas de análisis necesarias para su desarrollo exitoso.

#### **Aplicación parcial del procedimiento propuesto para la gestión integrada en función del lanzamiento y comercialización del producto turístico de naturaleza *canopy*.**

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 (Martínez y Pelegrín, 2021). Además, se debe cumplir con la gestión ambiental del área protegida en general y en particular, atendiendo al producto turístico propuesto, para lograr una mejor integración y sostenibilidad en el desarrollo del mismo.

#### **Etapas I: Organizativa**

##### **1. Organización del equipo de estudio.**

Se identifican los principales agentes, se determina el nivel de implicación de cada uno, y se define como miembros del equipo de gestión: Universidad de Matanzas Camilo Cienfuegos específicamente del área de marketing y de medio ambiente, la empresa Flora y Fauna de matanzas como la entidad responsable de la conservación de esta área y el MINTUR que es la entidad que opera en el área protegida con diversos productos turísticos. .

En sesiones del equipo deberán participar además como miembros del mismo: trabajadores del parque turístico Valle del Río Canímar.

## 2. Delimitación del área de investigación.

Aquellas áreas de uso público intensivo donde se prevé el desarrollo de infraestructuras (Base Náutica, oficinas, servicios gastronómicos, Centro de Visitantes, áreas de descanso, curso inferior del Río Canímar), teniendo gran actividad turística, comprende un área de 74.99 ha. Entre ellas se encuentra la Arboleda y sus áreas aledañas, en la cual asentaremos la investigación, estas ocupan un área 2.48 ha, sus puntos extremos son al Norte: 22° 59'50" de latitud Norte y los 81° 28'06" de longitud Oeste, y al Sur: 22° 05'46" de latitud Norte y los 81° 27'53" de longitud Oeste.

## Etapa II: Analítica

### 3. Delimitación y estudio de mercado

Para la segmentación por beneficios, primeramente, se seleccionó una muestra de 20 clientes a los cuales se les aplica una encuesta, tanto a turistas nacionales e internacionales; como resultado de la encuesta se obtiene que el instrumento es fiable porque el alfa de cronbach es de  $0.913 > 0.6$  (ver anexo 5), con un 100 % de casos válidos.

El 60 % de los clientes sugirieron el *canopy* como nueva actividad para ofrecer en el parque turístico La Arboleda por la impresionante experiencia que vivirán en ese momento, donde todos expresaron que sería agradable que existiera este producto turístico, donde los clientes prefieren el canopy como nuevo servicio en muy preferido el 65%, preferido % el 15 %, medianamente preferido 15% y poco preferido 5%; el 25% prefiere que se podría explotar más en el senderismo por lo atractivo e interesante que podría llegar a ser, donde prefieren este producto como nuevo servicio el 20 % muy preferido, 50 % preferido, 10 % medianamente preferido y 20 % poco preferido y por último el interés por el bungee jumping, fue de un 15% fue uno de los servicios que atrajo poco la atención de los clientes; los clientes prefieren este producto como nuevo el en parque turístico, preferido 15 %, 35% medianamente preferido y un 50% poco preferido. .

El 50% de los clientes son internacionales, y el 50 % de los clientes son nacionales, donde el 56% son mujeres y el 35% son hombres, donde el 20% de ellos oscilan entre 18 y 35 años un 20%, entre 36 y 50 años un 40%, entre 51 y 64 años un 30 % y mayor de 65 años un 10%

El 15% de los visitantes reconocieron la existencia del lugar por redes sociales, un 35% por recomendación y un 50% por Agencias de Viajes. De los clientes entrevistados prefirieron realizar durante su visita al parque diferentes actividades donde un 20 % realizaron todas las actividades; un 5%, cabalgata/deporte y actividades acuáticas/almuerzo respectivamente o restaurante/Batera, un 15 % Cabalgata/ Deporte y actividades acuáticas/Almuerzo en el restaurante/ Tiro con arco; un 20 % prefiere Cabalgata/Deporte y actividades acuáticas/ Almuerzo en el restaurante; un 10 % prefiere Deportes y actividades acuáticas/ Almuerzo en el restaurante/ Tiro con arco; un 5% Cabalgatas/ Deporte y actividades acuáticas/ Batera; un 5% Deportes y actividades acuáticas/Almuerzo en el restaurante/ Batera; 5 % Cabalgatas/ Almuerzo en el restaurante/ Batera; un 10% Deportes y actividades acuáticas/ Almuerzo en el restaurante y un 5% prefiere Cabalgata.

El nivel de satisfacción según los clientes entrevistados fue de un 100%, donde afirman que utilizarían nuevamente los servicios prestados, también el 100% de los clientes recomendarían los servicios prestados a familiares y amigos, además el 100% de los visitantes consideran que el parque turístico cumple con las medidas del cuidado del medio ambiente (ver anexos desde 6-18)

#### **4. Inventarios de recursos y atractivos turísticos**

En el área existen numerosos rasgos naturales significativos que son considerados grandes atractivos y el primero de ellos los paisajes. Los valores estéticos-escénicos más preferidos por los visitantes están vinculados a las partes bajas del abra fluvial, en las zonas de contactos tierra-río y río -mar. Interés singular lo tiene la desembocadura del río y el encuentro de sus aguas con el mar, que penetra en forma de estuario, en busca de esa confluencia, dando lugar a visuales espectacular, prácticamente desde cualquier ángulo (ver anexo 2).

#### **5. Análisis de la competencia.**



El Valle de Río Canimar es uno de los importantes centros turísticos que tiene la ciudad de Matanzas por la variada oferta que posee en su cantera de producto; como Canimar hay otras áreas protegidas que también ofertan productos similares y que a la vez se identifican como competencia, estas son: Laguna de Maya ubicada en Carbonera, Guamá ubicada en Ciénaga de Zapata, el Valle de Viñales que se encuentra en la provincia de Pinar del Río, El parque natural Topes de Callantes ubicado en Trinidad ciudad de Santi Espíritus. Todos estos polos turísticos mencionados anteriormente presentan una variada oferta para sus visitantes ya sean nacionales o internacionales como: paseos en botes a través de cuevas donde se muestran lo hermoso e impresionante de la naturaleza, los recorridos por senderos conociendo los atractivos del lugar, el *canopy* que le ha llamado mucho la atención al turista cuando lo practica, las Cuevas de Bellamar, las cuales son consideradas una de las cuevas más espectaculares del curso insular con cristalizaciones increíbles y ofrece servicios de restaurantes, bares, tiendas de souvenirs, cafeterías un parque de recreación infantil, y alquiler y monta a caballos.

#### **6. Definición de la política ambiental del área protegida.**

La empresa Flora y Fauna de Matanzas es la responsable del manejo del área protegida y la conservación de la misma, esta se rige por la norma ISO 14001 como elemento fundamental para su política ambiental. La norma ISO 14001 incluye los requisitos y especificaciones a seguir por las organizaciones para poder obtener la certificación ISO de su Sistema de Gestión Ambiental. Esta norma contiene únicamente aquellos requisitos que pueden ser auditados objetivamente con propósitos de certificación/registro y/o autodeclaración; no establece requisitos categóricos para el comportamiento ambiental más allá del compromiso, declarado en la política ambiental, del cumplimiento de la legislación y normativa aplicables y a la mejora continua (Blanco, 2016; Clements, 1997a; 1997b). La aplicación de la ISO 14001 al sistema de gestión, aporta grandes beneficios a las organizaciones tales como el ahorro de costos, posibilita identificar la utilización de los recursos y las deficiencias, además de posibilitar un marco de trabajo con el poder de evaluar las distintas oportunidades y posibilidades (García, 2020).

#### **7. Diagnóstico del estado de la Gestión Ambiental en el área protegida**

En esta tabla se muestran los actores del área protegida (ver anexo 3).

### **Organización para el funcionamiento del manejo del área protegida**

Los 10 operarios de conservación están divididos en dos brigadas, que laboran en las zonas de conservación, dirigidos por dos jefes de brigada cuya responsabilidad es orientar, y controlar el trabajo de cada grupo.

Semanalmente se efectúan reuniones de trabajo dirigidas por el Jefe de Unidad, unido al Técnico en Gestión Económica y personal, Especialista de Conservación, Técnico Forestal y dos Jefe de Brigada, se analiza el cumplimiento de las acciones de la semana anterior y se planifica el trabajo de la próxima semana, así como buscando soluciones a las adversidades que presenten.

Se efectúan recorridos periódicos por toda el área. Mensualmente se desarrolla una reunión con todos los trabajadores donde se evalúa el trabajo desarrollado y orientan la estrategia de trabajo futura, de igual manera se efectúa la capacitación general a todo el personal del área.

Existe una Junta Coordinadora integrada por los involucrados en el área (CGB, SEF, MINTUR, Oficina Provincial de Monumento) y dirigida por la Administración del AP, las reuniones se planifican bimensualmente, pero por falta de asistencia no se desarrollan como se ha planificado para que su repercusión en el manejo del área sea efectiva. Esta también se ha visto afectada por la crisis sanitaria provocada por la Covid – 19.

### **Determinación de la capacidad para el manejo. Fuerza de trabajo**

A pesar de contar con una plantilla de 14 trabajadores aún es insuficiente la fuerza de trabajo existente, se valora que debe incrementarse al menos en cinco trabajadores más, siguiendo la norma de insertar pobladores de comunidades cercanas como fuerza de trabajo permanente, así como mejorar la atención al hombre por parte de la dirección de la unidad. Además es importante mantener las alianzas con el CGB y SEF para incrementar la vigilancia en el área protegida, en época de incendios.

La capacitación técnica relacionada con el manejo del área no es un problema que repercute en la efectividad del manejo, aunque es de importancia continuar capacitando al personal existente en temáticas como:

- Confección de planes de manejo y planes operativos.
- Valores del área protegida, enfatizando en: suelos, ecosistemas y especies vulnerables y que puedan tener uso sostenible.
- Límites de toda el área protegida.
- Manejo y conservación de suelos.
- Sistema de Información Geográfica (SIG).
- Efectividad del manejo.

### **Organización**

Se ejecutan actividades de conservación a través de la planificación de los proyectos que se realizan cada año, las actividades se realizan todos los meses en el campo por parte de los operarios de la conservación, posteriormente los técnicos y especialistas procesan la información que es entregada a la UEB, la que concilia con el SEF que las certifican cada mes y se bonifican, esta bonificación es un estímulo para los trabajadores según la calidad del trabajo. Luego de la conciliación esta información es enviada a la Dirección de Conservación y Turismo, así como a la Dirección de Economía de la Empresa. Se debe mejorar el trabajo de la Junta Coordinadora existente en el área, ya que garantizaría el manejo integral de la misma.

La gestión desarrollada en el área protegida mediante la implementación del Plan de Manejo 2017- 2021 se cumplió al 68.6%, siete programas cumplieron la ejecución de las acciones al 100%, dentro de los programas que más incumplieron se destaca el de Recreación y Turismo, que se cumplió al 20%, en (ver anexo 4) se sintetiza el cumplimiento de manera detallada del plan de manejo anterior por programas.

Como resultados a destacar se destacan:

- El trabajo de medidas de conservación de suelos en la zona de la La Arbolada donde la acción de las embarcaciones provoca afectaciones a la ribera del río y se trabaja anualmente en la conservación de 3 ha de estas márgenes con los métodos de barreras muertas, barreras vivas y rectificación.
- Más conocimientos acerca de la especie *Zamia integrifolia* y el hallazgo de lo que se presume una nueva especie de este género no reportada para el área.

- Más conocimientos acerca de las especies de aves que frecuentan el área.
- Se realizó la limpia de 24 hectáreas de las formaciones boscosas del área que se encuentran a ambos lados de la Vía Blanca para cumplimentar con el proyecto de embellecimiento de esta vía que conduce al Polo Turístico de Varadero. Además se realizó la limpia de 9 hectáreas de plantaciones establecidas para lograr un mejor crecimiento de la misma.
- Recuperado 6 hectáreas de bosques mediante el manejo de la regeneración natural y 10 mediante reconstrucción.
- Se construyeron 2 Km de trochas y se dio mantenimiento a los 25 Km existentes.
- Se confeccionó y dio mantenimiento a 220 señales.
- Se dio mantenimiento al sendero Solapas de Canímar.
- El trabajo de la educación ambiental se continúa en la Escuela Primaria Sí por Cuba del poblado el Fundador y con los pobladores de esta comunidad y el Morrillo. El mismo estuvo limitado en los 2 últimos años debido a la crisis sanitaria provocada por la Covid – 19, no obstante se lanzaron convocatorias para varios concursos y se optó por realizar publicaciones en Facebook de temas de educación ambiental y festivales como el de aves migratorias para los niños con acceso a estos medios.

### **Etapas III: Diseño de producto y diagnóstico de la Gestión Ambiental en el área protegida donde se localiza.**

#### **8. Generación y evaluación de conceptos de productos turísticos.**

Se tomó como grupo de interés el área protegida, pues desempeña un papel fundamental en el desarrollo, implementación y control de la oferta, lo que resulta la mayor beneficiaria económicamente. Se debatió con la comercial la potencialidad de los distintos lugares pendientes de análisis para futura inclusión en la oferta. De igual forma, se visitaron los lugares que se proyectaban para su inclusión, con el objetivo de tener información sobre su demanda, precios, nivel de profesionalidad de sus recursos humanos, logrando una retroalimentación que permite la obtención

de datos relevantes para esta prueba de concepto. Luego de todos los análisis desarrollados, se decidió que es factible la aplicación del producto propuesto, a pesar de que elementos como el estricto cumplimiento de los horarios y el adecuado estado de los atractivos deben ser exigidos para el correcto desarrollo del producto. También se puede complementar el producto con la venta de artesanías, en el momento que acabe el producto turístico.

### **9. Atributos detallados y requerimientos finales del producto turístico.**

#### ❖ Conceptos y Atributos.

Los principales atributos del producto turístico *canopy* inciden en 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.

#### ❖ Atributos y requerimientos finales

La construcción de un *canopy* en un parque natural debe complementar estrictas medidas de seguridad, desde las plataformas que se construirán, hasta la tensión que soportaran los cables de acero, lo que es aportado por un estudio previo a la construcción, con materiales avalados por instituciones profesionales certificadas.

Requerimientos finales que debe presentar el producto:

- Cualquier actividad que sea realizada por las entidades operadoras, requiere de los permisos de la administración del área.
- Se autoriza la realización de manejo activo sobre los ecosistemas, con el fin de restaurar los valores degradados.
- Fortaleza de los árboles donde se ubica el Canopy, para ofrecer una elevada seguridad.
- Fácil acceso al área.
- Equipamiento obligatorio, es de suma importancia en esta actividad

## 10. Diseño del producto final.

### Producto

El producto turístico *canopy* es un turismo de aventura que nació en el cálido país de Costa Rica por una necesidad de traslado. En nuestro país es un deporte muy nuevo todavía, pero día a día gana más adeptos, porque brinda la posibilidad de gozar, de la flora y fauna de nuestra zona desde un lugar de privilegio, es decir desde la copa de los árboles centenarios.

Este tipo de circuito consiste en un sistema de plataformas de maderas y otros elementos de sujeción, colocadas en distintos árboles unidos estos mediante cables de acero, por donde el visitante puede desplazarse y recorrer distancias que oscilan entre 60 y 250 metros, según los tramos, provisto y suspendido de un arnés, pudiendo llegar a una velocidad de hasta 25 Km. por hora. La sensación de vuelo de pájaro se instala en el espíritu del que lo practica y siente la inmensidad del espacio como un recurso necesario que lo aleja de los problemas cotidianos y de las aglomeraciones de la ciudad. (Sanmartindelosandes, 2012)

A partir de Martín (2006), se define:

**Producto simple:** El cliente podrá disfrutar de un espacio natural y propicio para el intercambio con la cultura local de acogida (saberes, creencias y pautas de conducta) y aprender sobre las buenas prácticas ambientales.

**Producto básico:** *canopy* ofrece la posibilidad de interactuar en un espacio natural al realizar actividades como: observación a lo largo del río donde trasmite una agradable sensación de aislamiento relativo y posibilita una diversidad de visuales de elementos abióticos y bióticos y la vista de ruinas coloniales.

**Producto integrado o aumentado:** Se contará con un sistema para el consumo de agua potable, que consistirá en la no venta de botellas de agua, sino que se encontrarán ubicadas estratégicamente unas botellas de gran tamaño, que les permitirán a los visitantes rellenar sus termos de agua para beber. Así se evitará el uso de estos envases plásticos para generar menos basura, con lo cual se ajusta a la campaña mundial de reciclaje contra el plástico.

**Nombre del producto:** *canopy*

**Localización:** Desde la carretera Central en Matanzas se accede a través de una vía de aproximadamente 5 Km hasta La Arboleda

**Atractivos que se visitan:** Restaurantes comida criolla, “Ranchón La Arboleda”, “Ranchón Manantial”; paseo a caballo; alquiler de medios náuticos ( kayak, bicicleta acuática y botes); lancha que habla los botes; batera y tiros con arco.

• **Atractivos naturales:** autoconsumo familiar, senderos, donde en estos momentos no se está utilizando, actualmente no existe ninguna explotación, y también la vista de ruinas naturales “El Tumbadero”.

**Tiempo del recorrido:** 30-40 min.

**Capacidad:** 10-20 persona/grupos.

**Explicación del itinerario:** La oferta turística fue concebida para realizarse en primeras instancias, tres veces a la semana; pero se espera que, al alcanzar una mejor posición ante la demanda, se incremente a cinco veces semanales.

- ✓ 8.45 am- podrán empezar con una guía acerca del surgimiento del producto, así como por parte de los instructores hacer una demostración del uso adecuado al ponerse el traje y la importancia de saber frenar para que no ocurran accidentes
- ✓ 9.00 am - se comienza con el recorrido primeramente por la observación a lo largo del río donde trasmite una agradable sensación de aislamiento relativo, y después se regresa por todo la ruinas el tumbadero, observando las canteras, donde se extrajo material donde fueron construidas gran parte del lugar.
- ✓ 9.30 am – Fin del recorrido, donde se le regalara a cada persona una foto para que recuerde su estancia en el lugar.

**Beneficios del producto:** *canopy* permite ampliar la oferta de servicios y experiencias en espacios naturales en La Arboleda, diversificando las que convencionalmente han existido en este polo turístico, sin suponer costos adicionales para los servicios públicos. Logrará un aumento del valor económico de este espacio natural, así como valorizar, de forma respetuosa y sostenible, los recursos que brinda el Área Protegida y obtener beneficios, que favorecerán a la familia que acoja a los visitantes y al sector económico en general.

Para el disfrute del *canopy*, La Arboleda cuenta con un equipo de instructores calificados y con total dominio del inglés como segundo idioma. Se cuenta con el dispositivo micrófono para uso del instructor para garantizar una mayor comodidad, tanto para el especialista como para los clientes lo que propicia que el mensaje llegue de mejor forma a estos últimos. El equipamiento mínimo necesario para uso de los clientes corre por cuenta del Área Protegida y serán

### **Casco**

En la operación del canopy la utilización del casco es obligatoria, el mismo está formado por una carcasa de policarbonato y una esponja de poliestireno, su función es proteger eficazmente la cabeza en caso de golpe además de mantener el cabello aislado para evitar que se enrede con la polea.

### **Arnés**

Equipo de uso personal y obligatorio, el cual está compuesto por hebillas y en su mayor parte textiles, cuya función principal es sujetar el cuerpo de la persona para ser anclado mediante el punto de conexión hacia el sistema de poleas.

### **Mosquetón**

Los mosquetones son anillas metálicas que tienen una abertura móvil para poder utilizarlas como punto de sujeción, los más comunes son de acero inoxidable o aluminio aeronáutico (duraluminio o zicral). Su función fundamental en este caso es la de servir como conector para la línea de vida.

Para usarlo correctamente es necesario que se regule la hebilla adecuadamente al contorno de la cabeza lo que añadirá un adicional de comodidad a su función básica que es la seguridad.

### **Guantes**

Protege las manos de las rozaduras con el cable de acero o bien en la manipulación de la polea, están elaborados con piel o cuero, se los coloca directamente sobre las manos y pueden ser usados para el frenado al final del recorrido, nunca se deberá tocar el cable sin guantes y solo se lo podrá tocar por detrás de la polea, nunca delante de él.

Para finalizar se determina el precio neto a ofrecer por La Arboleda, así como si distribución y comercialización del productos propuesto.



## 11. Diagnóstico del estado de la Gestión Ambiental en el área protegida atendiendo al producto turístico propuesto.

### Descripción de impactos ambientales atendiendo al producto turístico *canopy*

#### - **Contaminación del aire**

Es un impacto negativo ya que es producido por la emisión de gases en especial el CO<sub>2</sub> emitido por los vehículos, además se incluye el ruido que estos puedan producir y el smog que emiten.

#### - **Compactación y asentamiento de suelo**

Los dos son impactos negativos ya que por el tránsito frecuente de vehículos y personas provoca la compactación del suelo haciendo que éste pierda su fertilidad, además esto podría ocasionar erosión tanto hídrica como eólica.

#### - **Incrementos de desechos sólidos**

Es un impacto negativo que se refiere a la contaminación del suelo por arrojar desechos sólidos pudiendo ser estos orgánicos e inorgánicos los mismos que son generados por los visitantes que desconocen las normas de conducta en un sitio natural.

#### - **Incremento del consumo de agua del río**

Esta actividad se refiere al aumento en el consumo del agua de río que necesitarán los obreros para la fase de construcción de infraestructura del Canopy.

#### - **Perturbación del hábitat de fauna**

De tipo negativo se refiere a los cambios que ocurrirán en el hábitat de la fauna del sitio debido a la implementación del Canopy además puede ser causado por los visitantes al ignorar las señales o avisos de la señalética que restringe el daño o destrucción de la flora.

#### - **Deterioro de la cobertura vegetal**

Esta actividad causa impacto negativo ya que por malas prácticas en especial de los visitantes se puede ir perdiendo la cobertura vegetal, principalmente las plantas nativas que son hogar de diferentes especies de animales.

#### - **Perturbación por ruido**

Provocado por la operación del Canopy al realizar el deslizamiento por la polea, es de tipo negativo ya que podría causar cambios en los comportamientos de los animales e incluso la migración de ciertas especies que podrían alejarse por el ruido.

## 12. Diseño del programa de acciones atendiendo al producto turístico propuesto.

Las acciones a desarrollar para elevar la gestión ambiental del producto turístico Canopy en el área de la Arboleda, están delimitadas por programas, los fundamentales son:

- ✓ Programa de Reconstrucción de Hábitat: Es necesario por el aumento en el consumo del agua de río que necesitarán los obreros para la fase de construcción de infraestructura del Canopy. Además, por los cambios que ocurrirán en el hábitat de la fauna del sitio debido al uso intensivo de la zona.
- ✓ Programa de Conservación y mejoramiento de suelos: Debido a los impactos negativos por el tránsito frecuente de vehículos y personas que provoca la compactación del suelo haciendo que éste pierda su fertilidad, además esto podría ocasionar erosión tanto hídrica como eólica.
- ✓ Programa de manejo de residuales líquidos y desechos sólidos: Se refiere a la contaminación del suelo por arrojar desechos sólidos pudiendo ser estos orgánicos e inorgánicos los mismos que son generados por los visitantes que desconocen las normas de conducta en un sitio natural.
- ✓ Programa de Señalización: Puede ocasionar daños en el hábitat de la flora causado por los visitantes al ignorar las señales o avisos de la señalética que restringe el daño o destrucción de la flora.
- ✓ Programa de Reforestación: Por las malas prácticas en especial de los visitantes se puede ir perdiendo la cobertura vegetal, principalmente las plantas nativas que son hogar de diferentes especies de animales.
- ✓ Programas de ahuyentamiento de fauna: Medida para prevenir impactos sobre las poblaciones faunísticas debido al deslizamiento por la polea que podría causar cambios en los comportamientos de los animales e incluso la migración de ciertas especies que podrían alejarse por el ruido. Esta medida puede prevenir la reducción poblacional, muerte, pérdida de estabilidad ecosistémica, migración, y pérdidas de especies nativas.
- ✓ Programa de protección contra incendios: Mostrar señalizaciones de (no fumar).

### **13. Estrategias y programas de marketing para el lanzamiento del producto.**

Las estrategias de Marketing, para este proyecto se basan en dirigir acciones que se llevan a cabo para lograr captar mayor número de clientes asistentes al parque turístico “La Arboleda”, analizando el mercado objetivo y atendiendo al nuevo producto propuesto se diseñan estrategias que se encarguen de satisfacer sus necesidades o deseos con el propósito de lograr un posicionamiento efectivo en el mercado nacional e internacional.

Como parte de la estrategia de distribución, actualmente por la naturaleza del proyecto la distribución del servicio va a estar orientada en un solo canal o canal directo donde solo participa la organización (MINTUR) y los consumidores. La misma pudiera comercializarse a través de los diferentes burós de turismo, donde se puede vender como paquete vacacional donde se incluiría (transporte, entrada al parque turístico “La Arboleda”, almuerzo cubano en uno de sus restaurantes, circuito *canopy*).

El precio se fija a partir de un análisis costo-beneficio así como de valor percibido, basándose además en las tarifas impuestas por la competencia de productos turísticos de tipo *canopy* en el país. En cuanto a la estrategia a utilizar, una estrategia de alto valor, donde el precio se encuentra en los valores promedios respecto a la competencia y asegurando la calidad del producto a ofrecer se mantendría un flujo estable de visitantes al parque durante todo el año.

La comunicación del mismo se da a través de diferentes medios publicitarios para transmitir la propaganda, como la radio, el periódico y la televisión local, y en Internet con una respectiva página web, teniendo el conocimiento que los consumidores finales, tienen acceso a los diferentes medios publicitarios mencionados anteriormente.

#### **Etapa IV: Establecimiento, revisión y seguimiento.**

La presente tesis propone un nuevo procedimiento de gestión integrada para el producto turístico de naturaleza *canopy* en el área protegida Valle del Río Canímar. Tras ser aprobado el nuevo producto por la Dirección de las Empresas Flora y

Fauna y el MINTUR; se concluiría la investigación con la ejecución de las estrategias y programas de marketing atendiendo al producto turístico propuesto, la ejecución del programa de acciones de gestión ambiental a realizar en el área protegida atendiendo al producto turístico propuesto, evaluar los resultados alcanzados, control de cumplimiento de las acciones y comunicación de los resultados.

## CONCLUSIONES

- El desarrollo del turismo de naturaleza en Cuba tiene como propósito promover las acciones de formación, educación, capacitación y comunicación en temas ambientales; fomentar el turismo de naturaleza accesible e inclusivo, sobre la base del uso sostenible de los recursos naturales y patrimoniales, así como el respeto a las formas de vida, costumbres y la cultura tradicional de las comunidades (Campos, 2022).
- A partir de una gestión ambiental eficiente, sostenible, adecuada para cada producto turístico de naturaleza en áreas protegidas, se puede obtener mejores beneficios e ingresos sin ocasionar daños al medio ambiente. Teniendo en cuenta el procedimiento del diseño de un producto turístico el cual aborde en su contenido un procedimiento de gestión ambiental correcto y adecuado que integre el cuidado, protección y conservación de los recursos naturales y del ecosistema, este último resolvería el problema de la insuficiente integración que existe del turismo de naturaleza con el manejo sostenible de las áreas protegidas que ofertan los servicios ecosistémicos.
- La implementación del procedimiento de gestión integrada en función del lanzamiento y comercialización del producto turístico de naturaleza "Canopy" y de gestión ambiental a partir de servicios ecosistémicos culturales que oferta el área protegida del Parque Turístico la Arboleda demostró que el dicho procedimiento constituye una herramienta de intervención profesional a utilizar por los propios actores que rigen el sitio y contempla cada uno de los elementos que propician el desarrollo de acciones de diagnóstico y mejora, además de seguir con la evaluación de los resultados obtenidos en la implementación, para demostrar el cumplimiento del objetivo general planteado.
- Con este procedimiento la empresa Flora y Fauna de Matanzas junto con el MINTUR le permitirá al área protegida formular e implementar estrategias efectivas para mejorar el medio ambiente y el uso responsable de recursos, adaptándose a los cambios del micro y macro entorno; además el Parque Turístico cuenta con atractivos turísticos suficientes para su potenciación como producto de naturaleza: La instalación de un Canopy diversificaría la

---

oferta turística actual. La instalación de un Canopy en el Paisaje Natural Protegido la Arboleda 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.

### RECOMENDACIONES

- Se recomienda seguir el curso de la gestión integrada de productos turísticos de naturaleza a partir de servicios ecosistémicos culturales en esta área objeto de estudio y llegar a una metodología de valoración.
- Se recomienda en posteriores investigaciones la culminación de la etapa IV: Establecimiento, revisión y seguimiento del procedimiento para lograr una mejor gestión de los implicados en este proceso de oferta del *canopy*.

**REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS**

- Águila, B y Segura, O, (2016). Cuadernos de Política Económica. Costa Rica. Editor: Rafael Días Porras.
- Alcívar, M y Rodríguez, C. (2021). La gestión ambiental una propuesta de planificación en cooperativas de ahorro y crédito. Polo del Conocimiento. Pol. Con. (Edición núm. 56) Vol. 6, No 3 Marzo 2021, pp. 569-590, ISSN: 2550 - 682X. DOI: 10.23857/pc.v6i3.2387.
- Azze, A, y Ochoa, Á. (2017). *La gestión ambiental en una entidad hotelera de turismo de naturaleza. Caso Villa*. Revista Interamericana de Ambiente y Turismo. Vol. 13, Nº 1.
- Álvarez, B y Consuelo, S. (2022). Conservación de los ecosistemas en el Perú. Vásquez, A y William, S. (Tutora (or)). Trujillo Perú. Trabajo de diploma. Universidad Nacional de Trujillo.
- Camacho, V. Ruíz, A. Luna (2012). *Marco conceptual y clasificación de los servicios ecosistémicos*. Revista Bio Ciencias. Vol. 1, 3-15.
- Cabello, C. (2013). Actividad turística y naturaleza. Gil, E (tutor). Segovia. Trabajo de fin de grado. Universidad de Valladolid.
- Campesino, A y Jurado, J. (2014). Turismo de Frontera (III). España.
- Díaz, J. (2012). Servicios Ecosistémicos Culturales y de Regulación en el parque Bosque Colomos para el bienestar social. Garibay, M y Orozco, M (tutores). Zapopan. Tesis de Maestría. Universidad de Guadalajara.
- Extremera, D. (2022). Destacan fortalezas de Cuba en el turismo de naturaleza. (en línea). Disponible en: cubadebate. (citado el 20 de octubre del 2022).
- EEM (2005). Evaluación de los Ecosistemas del Milenio. Informe de Síntesis de la Evaluación de los Ecosistemas del Milenio, Millenium Ecosystem Assessment.
- González, Y. Díaz, C. y Sosa, O. et al (2022). Metodología para el diseño de Parques Temáticos de Naturaleza sostenibles en Cuba (en línea). Disponible en: <https://orcid.org/0000-0002-7478-0754>, <https://orcid.org/0000-0002-2666-1849>, <https://orcid.org/0000-0002-1696-4723>. (citado el 27/10/2022).



- García, Y. (2020). Sistema de gestión ambiental en el Paisaje Natural Protegido Valle Río Canímar. Quintana, M (Tutora). Matanzas. Trabajo de diploma. Universidad de matanzas Camilo Cienfuego.
- K. Milton, (1997). Ecologías: antropología, cultura y entorno. Núm. 154. Revista internacional de Ciencias Sociales.
- Marchena Gómez, M. et al. (1992): Ocio y turismo en los parques naturales andaluces, Dirección General de Turismo, Sevilla.
- Martínez, V. (2017). El turismo de naturaleza: un producto turístico sostenible. Arbor, 193 (785):a396. Doi: <http://dx.doi.org/10.3989/arbor.2017.785n3002>.
- Machado, E. (2013). Integración y diseño del producto turístico. Aplicado a la región central del destino Cuba. Revista Digital para Estudiantes de Geografía y Ciencias Sociales GeoGraphos. [En línea]. Alicante: Universidad de Alicante, vol. 4, nº 35, p. 69-92. [ISSN: 2173-1276].
- Martínez de la Vega, 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.
- Machado, E y Hernández, Y. (2007). Procedimiento para el diseño de productos turísticos integrados en Cuba. Universidad Central Marta Abreu de las Villas.
- Normas APA Séptima Edición, (2020).
- Pelegrín, L. (2022). *Rediseño de la oferta de productos turísticos de naturaleza: Región Costa Sur Central de Cuba*. Revista de Ciencias Sociales (Ve), XXVIII(Especial 5), 376-389.
- Plan de Manejo Paisaje Natural Protegido "Valle Río Canímar", (2022 – 2026).
- Quiñónez, Mayra; Cejas, Magda; Palomino, Luis, et al. (2016). Los Centros de información Turística: Eje Clave en el Desarrollo de Turismo de Naturaleza. *Revista de Investigación*.
- Salinas, E. (1980). *Desarrollo y comercialización del turismo de naturaleza en Cuba*. Revista de Ciencias Ambientales, (Trop J Environ Sci). EISSN:

---

2215-3896. Diciembre, 1999. Vol 17(2): 55-61. DOI:  
<http://dx.doi.org/10.15359/rca.17-1.10>.

- TANSLEY, A.G. 1935. THE USE AND ABUSE OF VEGETATIONAL CONCEPTS AND TERMS. ECOLOGY 16 (3): 284-307.

## ANEXOS

## Anexo 1: Principales actividades en el turismo de naturaleza

Principales actividades en el turismo de naturaleza	
Avistaje de ballenas	Son paseos realizados en botes por el mar para hacer un avistaje a las ballenas que saltan fuera del agua y vuelven a caer, generando una especie de explosión y una oleada que eriza la piel la piel de quienes las contemplan.
Barranquismo	Son recorridos por barrancos, con alto o grado medio de dificultades y/o riesgo.
Buceo contemplativo	Se realiza a partir de centros internacionales de buceo desde los que se accede a los puntos de buceo. Se emplean equipos de respiración subacuáticos y otros, técnicas apropiadas para inmersiones no profundas que permiten apreciar los fondos marinos de la plataforma y en particular de las formaciones coralinas.
Bungee jumping	Actividad que consiste en lanzarse al vacío desde una determinada altura (puente, grúa, helicóptero, etc.), sujeto tan sólo a los tobillos o a la cintura con una goma elástica y que está concebido para aguantar unas diez veces el peso de quien se lanza.
Caminatas recorridos	y Paseos generalmente largos para apreciar la diversidad de ecosistemas y paisajes. Se realizan a pie y o con medios de transportes adecuados. Hay varios tipos de caminatas: Campo, jungla, río, montaña, noche y desierto. Las caminatas sirven para mantenerse en forma y conocer nuevas áreas.

Canopy	Es un nuevo deporte de aventura que tiene como objetivo principal ofrecer una actividad única, y una experiencia ecológica muy diferente que consiste en no alterar el hábitat. Es recorrer la selva o el bosque desde lo alto de los árboles, balanceándose o suspendido en medio de la nada. El equipo consiste en arneses, eslabones y poleas, con cuerdas que proporcionan la seguridad necesaria durante todo el recorrido. Las estructuras de madera construidas en las copas de los árboles son los mojones en este paseo por el nivel más alto del bosque. Las plataformas se encuentran unidas por cables de acero desde donde los visitantes se tiran y recorren importantes distancias, o cruzan ríos, colgados de un arnés de máxima seguridad.
Ciclismo	Son recorridos en bicicletas, generalmente largos, que pueden llegar a abarcar hasta varios días, recorriendo diferentes regiones.
Ciclismo de montaña o Mountainbike	Son recorridos en bicicletas por lugares agrestes, por lo general montañosos o alomados, con bastante dificultad. Se realiza en pequeños grupos y requiere de buenas condiciones físicas y entrenamiento.
El esquí extremo	Consiste en bajar por una montaña con bastante pendiente sólo con los esquís.
Equitación y Cabalgata	Son recorridos por caballos y puede ser de un rato hasta varios días.
Escaladas en roca y rappel	Lugares especialmente creados por la naturaleza con grandes paredones de diferentes grados de dificultad.
Espeleoturismo blando	Son recorridos por cuevas con bajo o ningún grado de dificultad.
Espeleoturismo duro	Exploración de cuevas de alto grado de dificultad y riesgo. Ese tipo de actividad se requiere conocimiento

	especializado, equipamiento, buenas condiciones físicas y numerosas posibilidades para la práctica.
Excursión	Desplazamiento de un lugar a otro para estudio, recreo o diversión. Las excursiones pueden realizarse a pie a caballo, navegando, en bicicleta o con esquís.
Kayakismo	Canoa de pesca usada por los esquimales, tradicionalmente fabricadas con piel de foca, cuya cubierta sólo tiene una abertura, cerrada con material impermeable que se ajusta al tronco del tripulante.
Montañismo blando	Trata de recorridos a pie por zonas montañosas de hasta un gran medio de dificultad.
Montañismo duro	Se refiere al escalamiento de picos relevantes y volcanes. Ascenso de alturas con fuertes pendientes.
Navegación aérea en globo	Se observa grades escenarios desde lo alto, y espacios singulares.
Navegación naturalista	Son paseos en botes, movidos a remo, pértiga, vela o motor eléctrico silenciosa y de baja velocidad. Esta de actividad se realiza en aguas tranquilas tanto costeros como estuarios, humedales, ríos, y cuerpo de aguas interiores.
Observación de aves	Tiene como objetivo la observación de aves de especies y subespecies endémicas y las migratorias. Se practica en zonas principalmente en zonas naturales, bosques, humedales y espejos de agua. Ese tipo de actividad requiere de un soporte científico previo como la localización de las áreas, determinación de las épocas y durante las visitas, de un guía de campo calificado.
Observación de flora-fauna	Se trata de la observación directa, visual o auditiva, de la fauna que se encuentra en ese momento en el lugar de acuerdo a la temporada del año.

Overland	Es recorrer diferentes lugares dentro de un circuito regional, interprovincial o internacional donde se utiliza un transporte adaptado a las características del terreno.
Parapente, paracaídas	Equipos especiales para saltos y planeos desde la altura, a partir de un lanzamiento.
Pesca	Son recorridos por botes o canoas pescando una variedad de especies de pesca en ríos de corriente.
Rafting	Es un deporte de equipo, donde los tripulantes de la balsa reman y orientan su peso de manera coordinada para recorrer los rápidos de los ríos y mantenerse a flote. El número estándar de personas que sube a un gamón es de seis a ocho tripulantes, según su tamaño.
Safari fotográfico	Es realizar una salida a ambientes naturales y culturales de interés turístico, donde el atractivo principal es captar imágenes de la naturaleza y cultura del lugar visitado, ya sea de la flora, geografía, arquitectura o costumbres, plasmándolas en fotografías o filmaciones en video.
Senderismo	Es una práctica de recorridos a pie, relativamente cortos, de grado medio de dificultad con ecosistemas de gran riqueza interpretativa y por lo general también hasta los puntos de alta significación escénica.
Snorkeling	Es un tipo de buceo solo de superficie, con snorkel para la respiración aérea.
Surfing	Deporte náutico consiste en mantenerse en un equilibrio encima de una tabla especial que se desplaza sobre la cresta de las olas.
Travesía	Es unir dos puntos determinados en un circuito, ya sea a través de una caminata, o utilizando diversos medios como bicicletas, kayaks, caballos, vehículos 4 x 4. Lo distintivo es que a medida que se va avanzando se van armando distintos campamentos.

Turismo científico de historia natural	Se realiza por expertos, observación in situ de flora, fauna, geología, paleontología, componentes tradicionales de la historia natural.
Walking safari	Excursión de caza mayor que se realiza en algunas regiones de África. Excursión para ver o fotografiar animales salvajes, situados en África u otros territorios.

**Fuente: Elaboración propia**

**Anexo 2. Principales elementos atractivos (potenciales) para el uso público**

<b>Elementos naturales</b>	<b>Características</b>
Río Canímar	El área navegable comprendida desde la desembocadura hasta un kilómetro de la intersección del Morato con el Canímar, presenta diversidad paisajística, evidenciándose la presencia del relieve cársico y variedad de formaciones florísticas bien conservadas y faunísticas.
Playita La Eloísa (Curujey)	En la ladera Oeste del río, existe esta playa con un área de baño de 125 m <sup>2</sup> y espacio disponible para la realización de otras actividades
Cueva del Agua	Gruta en la margen occidental; constituye una piscina natural con aguas cristalinas, su acceso es a través de un pequeño sendero desde un atracadero en la margen izquierda del río.
Sendero la Solapa	En él se cumplen diversos objetivos tales como observación de flora, fauna, visuales paisajísticas, interpretación arqueológicas y espeleológicas entre otras, constituye además un mirador natural.
La Arboleda	Caracterizada por la existencia de una arboleda, sus condiciones naturales son propicias para la recreación, contando con la infraestructura necesaria, se realizan paseos en bote, visitas a las ruinas de Tumbadero, y a la cantera, monta de caballo, bajo los árboles posee un área destinada al descanso en hamacas.
Manantial de la Americana	En la Finca del Campesino ubicada frente al restaurante de La Arboleda, brota un manantial desde el interior del farallón hasta un canal que se encuentra encausado y es utilizado para el cultivo del berro.
Río Morato	El Morato posee aguas tranquilas y transparentes que permiten observar su fauna y flora, sus orillas muestran un alto grado de conservación localizándose en éstas manantiales cársicos que lo alimentan.
Cantera de Tumbadero	Antigua cantera localizada próxima a las Ruinas de Tumbadero desde donde se extrajo el material para estas construcciones, actualmente se encuentra en explotación, pudiéndose observar la forma de extracción de los cantos
Manantial del río Morato	Manantial que fluye al río Morato, aproximadamente a un kilómetro de su desembocadura en el río Canímar.

**Fuente: PM 2022-2027 en Valle Río Canímar.**



**Anexo 3: Plantilla actual del Área Protegida.**

Cargo	Cantidad	Mujeres	Hombres	Nivel educacional		
				Superior (universitario)	Medio Superior (técnico medio)	Otros
Espec. B Act. Agroin. Y fores	1	1	-	1	-	-
Téc. A int. Act. Agroin. Y fores. J.b.	1	1		-	1	-
Tec.Aint. Agroin.Yfores.	1	1	-	-	1	-
Operario	10	-	10	-	-	10
Guía B de Turismo (ciclico)	1	1	-	-	1	-
<b>Total, de trabajadores</b>	<b>14</b>	<b>4</b>	<b>10</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>10</b>

Fuente: PM 2017 – 2021.

**Anexo 4: Cumplimiento del plan de manejo 2017-2021**

Programas	Total de actividades	Actividades cumplidas	% cumplimiento	Actividades incumplidas	% cumplimiento
Programa de Vigilancia y protección	6	6	100	-	-
Programa de protección contra incendios	5	5	100	-	-
Programa de Reforestación	5	3	60	2	40
Programa de Eliminación de especies invasoras y exóticas	7	-	-	7	100
Programa de Reconstrucción de Hábitat	2	1	50.0	1	50.0
Programa de Conservación y mejoramiento de suelos.	4	2	50.0	2	50.0
Programa de Manejo de la <i>Zamia integrifolia</i>	4	4	100	-	-
Programa de Histórico - Cultural	4	3	75.0	1	25.0
Programa de Recreación y Turismo	5	1	20.0	4	80.0
Programa de Educación e Interpretación Ambiental	16	12	75.0	4	25.0
Programa de Investigación	6	2	33.3	4	66.7
Programa de Monitoreo	3	3	100	-	-
Programa de Administración	8	8	100	-	-
Programa de Elaboración de los PO y Actualización del PM	5	5	100	-	-
Programa de Señalización	2	2	100	-	-
Programa de Capacitación	10	9	90.0	1	10.0
Programa de Relaciones públicas	5	4	80.0	1	20.0
Programa Mantenimiento	7	6	85.7	1	14.3
Programa de Inversiones	14	5	35.7	9	64.3
<b>Total</b>	<b>118</b>	<b>81</b>	<b>68.6</b>	<b>37</b>	<b>31.4</b>

Fuente: PM 2017 - 2021

**Anexo 5: Resumen del  
procesamiento de los casos**

	N	%
Casos Válidos	20	100,0
Excluidos a	0	,0
Total	20	100,0

**Fuente: Resultados del procesamiento de las encuestas por el Software  
SPSS**

**Anexo 6: Estadísticos de fiabilidad**

Alfa de Cronbach <sup>a</sup>	N de elementos
0,913	13

**Fuente: Resultados del procesamiento de las encuestas por el Software SPSS**

**Anexo 7: Tipo de turista**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Nacionales	10	50,0	50,0	50,0
	Internacionales	10	50,0	50,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

**Fuente: Resultados del procesamiento de las encuestas por el Software SPSS**

**Anexos 8: Como reconoce la existencia del parque turístico La Arboleda**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Redes Sociales	3	15,0	15,0	15,0
	Recomendación	7	35,0	35,0	50,0
	Agencias de Viajes	10	50,0	50,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

**Fuente: Resultados del procesamiento de las encuestas por el Software SPSS**

**Anexo 9: Que actividades han realizado durante su visita al parque**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Todas	4	20,0	20,0	20,0
	Cabalgata/Deportes y actividades acuáticas/Almuerzo en el restaurante/Batera	1	5,0	5,0	25,0
	Cabalgata/Deporte y actividades acuáticas/Almuerzo en el restaurante/Tiro con arco	3	15,0	15,0	40,0
	Cabalgata/Deportes y actividades acuáticas/ Almuerzo en el restaurante	4	20,0	20,0	60,0
	Deportes y actividades acuáticas/Almuerzo en el restaurante/Tiro con arco	2	10,0	10,0	70,0
	Cabalgata/Deportes y actividades acuáticas/Batera	1	5,0	5,0	75,0
	Deportes y actividades acuáticas/Almuerzo en el restaurante/Batera	1	5,0	5,0	80,0
	Cabalgatas/Almuerzo en el restaurante/Batera	1	5,0	5,0	85,0
	Deportes y actividades acuáticas/Almuerzo en el restaurante	2	10,0	10,0	95,0
	Cabalgata	1	5,0	5,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

**Fuente: Resultados del procesamiento de las encuestas por el Software SPSS**

**Anexo 10: ¿Cuál sería el nuevo servicio ofrecido por el parque turístico La Arboleda?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
Canopy	12	60,0	60,0	60,0
Senderismo	5	25,0	25,0	85,0
Visita/recorrido a lugares con interés arqueológico	3	15,0	15,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

**Fuente: Resultados del procesamiento de las encuestas por el Software SPSS**



**Anexo 11: ¿Cómo usted prefiere al Canopy como nuevo servicio?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
	a	e		
Válidos				
Muy preferido	13	65,0	65,0	65,0
Preferido	3	15,0	15,0	80,0
Medianamente preferido	3	15,0	15,0	95,0
Poco preferido	1	5,0	5,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

**Fuente: Resultados del procesamiento de las encuestas por el Software SPSS**

**Anexo 12: ¿Cómo usted prefiere el senderismo como nuevo servicio?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje	Porcentaje
	a	e	válido	acumulado
Válidos				
Muy preferido	4	20,0	20,0	20,0
Preferido	10	50,0	50,0	70,0
Medianamente preferido	2	10,0	10,0	80,0
Poco preferido	4	20,0	20,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

**Fuente: Resultados del procesamiento de las encuestas por el Software SPSS**

**Anexo 13: ¿Cómo usted prefiere las visitas a lugares con interés arqueológico?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
Muy preferido	3	15,0	15,0	15,0
Preferido	4	20,0	20,0	35,0
Medianamente preferido	8	40,0	40,0	75,0
Poco preferido	5	25,0	25,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

**Fuente: Resultados del procesamiento de las encuestas por el Software SPSS**

**Anexo 14: ¿Cómo usted prefiere el bungee jumping (salto con diana desde la altura)?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos				
Preferido	3	15,0	15,0	15,0
Medianamente preferido	7	35,0	35,0	50,0
Poco preferido	10	50,0	50,0	100,0
Total	20	100,0	100,0	

**Fuente: Resultados del procesamiento de las encuestas por el Software SPSS**

**Anexo 15: ¿Usted utilizaría nuevamente los servicios prestados?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos seguro que sí	20	100,0	100,0	100,0

**Fuente: Resultados del procesamiento de las encuestas por el Software SPSS**

**Anexo 16: ¿Usted recomendaría los servicios prestados?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos Seguro que sí	20	100,0	100,0	100,0

**Fuente: Resultados del procesamiento de las encuestas por el Software SPSS**

**Anexo 17: ¿Considera usted que se cumplen las medidas del cuidado del medio ambiente?**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	20	100,0	100,0	100,0

**Fuente: Resultados del procesamiento de las encuestas por el Software SPSS**

**Anexo 18: Genero**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Femenino	13	65,0	65,0	65,0
	Masculino	7	35,0	35,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

**Fuente: Resultados del procesamiento de las encuestas por el Software SPSS**



**Anexo 18: Edad**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válidos	Entre 18 y 35 años	4	20,0	20,0	20,0
	Entre 36 y 50 años	8	40,0	40,0	60,0
	Entre 51 y 64 años	6	30,0	30,0	90,0
	Mayor de 65 años	2	10,0	10,0	100,0
	Total	20	100,0	100,0	

**Fuente: Resultados del procesamiento de las encuestas por el Software SPSS**