



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 EL DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS DE NATURALEZA A PARTIR DE SERVICIOS ECOSISTÉMICOS EN EL PAISAJE NATURAL “VALLE RÍO CANÍMAR”.

Autor: Danessa de la Caridad Castillo Dorta

Tutor/Tutores: Roberto Carmelo Pons García.

Consultantes: Gabriela Rivero Hebro.

Matanzas, 2022

RESUMEN

La presente investigación se encuentra enfocada hacia el diseño de productos turísticos de naturaleza en el Paisaje Natural Protegido "Valle Río Canímar" ubicado en la provincia de Matanzas, la cual presenta una categoría de manejo de Paisaje Natural Protegido perteneciente a la Empresa Nacional para la Protección de la Flora y la Fauna, y se define como objetivo fundamental: Elaborar un procedimiento para el diseño de productos turísticos de naturaleza a partir de los servicios ecosistémicos culturales en áreas naturales protegidas. Para el desarrollo de la misma se utilizaron métodos teóricos tales como: inducción – deducción, análisis y síntesis. De los métodos empíricos se emplearon: revisión de documentos, observación directa, lo que permitió hacer un diagnóstico y una caracterización de la zona objeto de estudio, se realizó encuestas aplicadas a varios clientes, y se aplicaron técnicas como: la matriz DAFO que permite valorar el área desde su entorno interno y externo. Todo ello permitió identificar y clasificar los principales servicios ecosistémicos culturales, donde se propuso como producto turístico el senderismo, a localizarse en el Parque Turístico "La Arboleda".

Palabras claves: Producto turístico de naturaleza, senderismo, servicios ecosistémicos turismo, turismo de naturaleza.

SUMMARY

This research is focused on the design of touristic products of nature on the protected natural reserve located on valle rio Canimar in Matanzas, wich represents a protected natural scenery belonging to the flora and fauna protection Company in cuba and has as a main goal to:Elaborate a procedure to design touristics products of nature starting from ecosistemic cultural services in natural protected áreas.To develop this procedure were used some teoric methods such as:Induction-deduction, análisis and synthesis The empirical methods used were:Document checking, direct observation, wich helped to diagnose and characterize the researched zone,there were also made some polls to customers and applied some techniques such as:DAFO matrix wich allows to valorate the área internally and externally.All that allowed to identify and clasify the main cultural ecosistemic services,and came up the proposal of senderism as a touristic product in the touristic park la Arboleda.

INDICE

INTRODUCCION.....	1
CAPITULO I.....	7
Sistematizar los aspectos teórico - metodológicos del enfoque ecosistémicos y su relación con el turismo de naturaleza en áreas protegidas.	7
1.1. El turismo de naturaleza en Cuba	7
1.1.1 Turismo. Principales definiciones y clasificaciones.	9
1.1.2. Turismo de naturaleza. Principales antecedentes y definiciones	12
1.1.3. Características del turismo de naturaleza en Cuba. Perfil del turista de naturaleza	14
1.2 El producto turístico de naturaleza a partir de servicios ecosistémicos culturales... ..	17
1.2.1Producto turístico. Principales definiciones y clasificaciones.	19
1.2.2El producto turístico de naturaleza, un producto turístico sostenible.....	21
1.2.3El producto turístico de naturaleza a partir de servicios ecosistémicos culturales. Caso cubano.	22
1.3-Antecedentes metodológicos para el diseño de Producto Turístico.....	24
1.3.1-Antecedentes y consideraciones metodológicas para el diseño de productos turísticos de naturaleza en Cuba.	26
Conclusiones Parciales.	28
CAPITULO II	30
Procedimiento para el diseño de productos turísticos de naturaleza a partir de servicios ecosistémicos culturales en áreas naturales protegidas.....	30
Fase I: Identificación de la demanda y la competencia.....	31
FaseII: Diseño del producto:.....	32
EtapaI: Identificación de los recursos/Atractivos turísticos:.....	32
Paso 1 : Generación y selección de ideas	32
Paso 2 :Atributos y requerimientos finales del producto	33
Paso 3 :Definición y prueba del concepto de producto	33
Etapa III.....	34
Paso 1:Diseño del producto.....	34
Etapa IV-Estudio de viabilidad.....	34
Paso 1: Viabilidad técnica. Impacto en el Medio Ambiente	34

Paso 2: Viabilidad administrativo legal:.....	35
Paso 3 : Impacto social.....	35
Paso 4: Viabilidad económico-financiero-comercial	35
Fase III: Revisión y seguimiento.....	36
Paso 1 : Evaluar los resultados alcanzados.....	36
Paso 2: Control de Cumplimiento de las acciones.....	36
Paso No.3: Comunicación de los resultados.	36
Conclusiones parciales.....	37
CAPITULO III.....	37
Aplicación del procedimiento para el diseño de productos turísticos de naturaleza a partir de los servicios ecosistémicos culturales en el Paisaje Natural Protegido "Valle Río Canímar".....	37
Procedimiento Aplicado.....	37
Fase I: Identificación de la demanda y la competencia.....	37
Fase II: Diseño del producto.....	39
Etapa I: Identificación de los Recursos/ Atractivos turísticos	39
Etapa II-III: Diseño del producto.....	41
Paso No. 1: Generación y selección de ideas	41
Paso No. 2: Atributos y requerimientos finales del producto.....	42
Paso No. 3: Definición y prueba del concepto de producto.....	43
Paso No. 1: Diseño del producto.	43
Etapa IV. Estudios de viabilidad.....	46
Paso No. 1: Viabilidad técnica. Impacto en el medio natural	46
Paso No. 2: Viabilidad administrativo legal	47
Paso No. 3: Impacto social	48
Paso No. 4 Viabilidad económico-financiero-comercial	48
Fase III: Revisión y seguimiento.....	49
Paso No.1: Evaluar los resultados alcanzados	49
Paso No.2: Control de Cumplimiento de las acciones.	49
Paso No.3: Comunicación de los resultados.	49
Conclusiones parciales.....	49
CONCLUSIONES.....	50
RECOMENDACIONES.	51

BIBLIOGRAFÍA.....	51
ANEXOS:.....	55

INTRODUCCION

Si hubiese que buscar una característica que pueda diferenciar al turista del siglo XXI del consumidor que fue protagonista desde mediados del siglo XX, ésta sería su creciente capacidad de elección. El turista de la era del conocimiento y la información, y lo que es más importante, de la facilidad de acceso a ese conocimiento e información, tiene a su alcance una enorme gama de ofertas turísticas y de ocio; así como una casi ilimitada capacidad para hacerlas efectivas por el aumento del tiempo libre, la continua mejora de los medios de transporte y la introducción de Internet en las formas de acceso a la comunicación, distribución y comercialización turística. Además, es un consumidor exigente, para quien el tiempo de ocio forma parte esencial de su autorrealización personal y social (Cuenca 2001), por lo que pone el énfasis más que en la cantidad en la calidad de las experiencias que se le ofrecen.

Estos cambios que se están produciendo en la vertiente humana y vivencial del turismo obligan necesariamente a replanteárselo como actividad objeto de producción y consumo. (Ávila, Barrado, 2005)

En este sentido, la dirección a seguir no sería la de ofrecer más productos ante los cambios de la demanda, sino ofrecer productos innovadores que aporten nuevas posibilidades de consumo. Por tanto, las concepciones tradicionales sobre la oferta y sus procesos de producción, diseño, distribución y comercialización han de ser continuamente revisadas. Si el turismo debe tener una rentabilidad económica y social es necesario ofrecer aquello que buscan los consumidores, y éstos están evolucionando a gran velocidad. (Ávila, Barrado, 2005)

El turismo es un factor realmente importante para el desarrollo socioeconómico y cultural de un país, es un instrumento generador de divisas al ser una actividad que canaliza una inversión para producir una expansión económica general, genera asimismo un mercado de empleo diversificado con una inversión relativamente baja en comparación con otros sectores de la economía, muestra la cultura de las regiones, su geografía, historia, costumbres, tradiciones, folklore y artesanía generando una balanza de pagos favorable a las actividades económicas locales.

Con el desarrollo turístico mundial se produce cada vez más una mayor especialización y segmentación de los productos turísticos tomando gran auge productos como el Turismo de Salud, Científico, Náutico y en especial el Turismo de Naturaleza; las personas cada vez más huyendo del movimiento de las ciudades se refugian en la naturaleza, pero una inadecuada explotación de la misma con fines turísticos puede traer graves consecuencias para el entorno. Este propósito ha estado marcado en las tendencias internacionales más actuales del desarrollo del turismo de minimizar los impactos ambientales negativos que esta industria puede producir y a las de satisfacer las preferencias de los turistas, cada día más, de tener contacto con la naturaleza y con culturas desconocidas, seleccionando aquellos productos y destinos de viajes que representan al medio ambiente (natural, cultural y social). (Sagarra, 2007)

El vertiginoso desarrollo de la industria turística a nivel mundial con rasgos muy competitivos, obliga a los destinos a diversificar su oferta, incorporando a la misma productos que satisfagan el amplio abanico de gustos y preferencias que conforman la siempre “evolucionante psicografía” del cliente; este cliente, cada vez más exigente, que en su gran mayoría se mueve en un entorno caracterizado por una espiral hacia la excelencia. En este caso nos detendremos a comentar el aspecto de la psicografía que tiene que ver con la creciente necesidad de aprendizaje. (Matos, 2007)

Aun cuando el turismo trata de contraponer una imagen relajada de ocio a la tensión generada por la responsabilidad cotidiana, no puede olvidarse que se está operando con las mismas reglas de juego: “aprovechar cada momento para aprender”. Por esto, aunque disfrutar de vacaciones implique un cambio en el ritmo de vida y en el entorno habitual, se debe seguir acumulando conocimientos y experiencias, aprovechando al máximo este período para aumentar el enriquecimiento personal.

Aunque al parecer todavía este enfoque no ha sido explotado en toda su potencialidad, pudiera pensarse que, en la medida que la “evolución psicorgánica” impulsa al enriquecimiento de la oferta, se producirá una mayor apertura y a la vez especialización en el diseño de alternativas de productos turísticos que vinculen estrechamente la vivencia con el aprendizaje. (Matos, 2007)

El Turismo de Naturaleza como producto turístico encierra un servicio de calidad, personalizado, seguro, educativo y dinámico que se realiza mediante actividades combinadas que garantizan el disfrute y aprendizaje de los valores culturales, históricos y socioeconómicos de un área o región. Los crecientes compromisos asumidos por Cuba en el marco internacional en materia del medio ambiente, así como la sostenida preocupación del estado cubano por el cuidado y protección del medio ambiente, ha propiciado el interés del sector empresarial y turístico nacional por su inserción en la temática medio ambiental. El programa de desarrollo turístico cubano, ha estado basado fundamentalmente en el segmento de turismo de sol y playa, pero debido a todo lo antes expuesto y a las amplias posibilidades que para los segmentos de Turismo de Naturaleza presenta nuestro país, desde hace años se promueve este segmento de turismo en diferentes zonas del mismo, fundamentalmente en áreas protegidas aprovechando las potencialidades del archipiélago cubano en recursos naturales, especialmente en cuanto a su diversidad de ecosistemas, paisajes y especies de su flora y fauna, así como de valores culturales, históricos y socioeconómicos. (Sagarra, 2007)

Los parques turísticos o temáticos constituyen un producto extra hotelero complejo y no convencional, actualmente es de máxima importancia fomentar otras ofertas turísticas capaces de generar ingresos y desplazamientos hacia otras modalidades diferentes al tradicional turismo de sol y playa. (Rodríguez, et al, 2002)

Cada vez el turista viajará menos en busca de emociones y más de conocimiento, menos en busca de simple entretenimiento o relajación y más en busca de comunicación e intercambio. En cada viaje que realice querrá "llevarse más" del sitio que visite, pero no más souvenir o fotografías, muy por el contrario, querrá llevar en su memoria más experiencias enriquecedoras que solamente pueden obtenerse por la vía del acercamiento al conjunto de valores que caracterizan al destino visitado: su historia, su cultura, su patrimonio, sus bellezas naturales, pero por encima de todo... su gente. (González, 2003)

Varadero es el principal polo turístico del país basado en la modalidad de sol y playa, con una tendencia creciente en la afluencia de turistas y un déficit en los servicios extra hoteleros, lo que ha motivado la búsqueda de nuevas ofertas

recreativas fuera de este territorio, aprovechando las potencialidades naturales, históricas, culturales, arquitectónicas e infraestructurales existentes.

A partir del potencial turístico se estudió un área de alrededor de 185 Km², localizada entre la ciudad de Matanzas y Boca de Camarioca, donde se concentran gran cantidad y diversidad de recursos turísticos que incluyen: fondos marinos, pequeñas playas, importantes cuevas, lagunas interiores, sitios arqueológicos de gran importancia, altos valores faunísticos y florísticos, el río Canímar e instalaciones destinadas a actividades recreativas, históricas y culturales. (Rodríguez, et al, 2002)

Esta se distingue por los valores estético-escénicos de sus paisajes, los que se consideran entre sus grandes atractivos. Son excelentes las visuales paisajísticas que exhiben estas abruptas pendientes del abra fluvial, no solo por sus impresionantes afloramientos rocosos, adornados con solapas, grutas y otras formas cársica desarrolladas a diferentes niveles, sino también por la variada vegetación que con curiosas adaptaciones ecológicas se desarrolla sobre estos farallones, prácticamente sin sustrato de suelos. Se destacan las unidades de paisaje del Valle abrasivo erosivo en forma de V, con muy escaso sustrato de suelo y Bosque semidecuido, las Llanuras altas que limitan el Valle abrasivo con suelos Rendzinas rojas y negras cubiertas de Bosque Semidecuido, Llanuras planas acumulativas con suelos aluviales y cubiertos con Bosque de Mangles, con Bosque de Galería. Los representantes faunísticos reportados para esta zona, mantienen valores de diversidad de taxones suficientes para emprender acciones de conservación. (PM 2022_2027 en Valle Rio Canimar)

Las investigaciones realizadas en función de procedimientos de productos turísticos son de gran importancia, gracias a la ayuda que brindan para definir las potencialidades para el desarrollo turístico, contribuyendo de igual forma a lograr un adecuado desarrollo satisfaciendo así las expectativas de los clientes, aprovechando al máximo los beneficios que poseen los recursos para mediante ellos crear satisfactorios productos capaces de cubrir la demanda.

Situación Problemática:

El desarrollo de la actividad turística en la provincia 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 diseñar un grupo de productos turísticos que al mismo tiempo permitan un desarrollo sostenible y un incremento del bienestar humano.

Problema científico.

¿Cómo contribuir al diseño de productos turísticos de naturaleza a partir de los servicios ecosistémicos culturales en áreas naturales protegidas que permitan un desarrollo sostenible e incremento del bienestar humano?

Objetivo General:

Elaborar un procedimiento para el diseño de productos turísticos de naturaleza a partir de los servicios ecosistémicos en el Paisaje Natural Protegido "Valle Río Canímar".

Objetivos Específicos:

1. Sistematizar los aspectos teórico – metodológicos sobre el diseño de productos turísticos de naturaleza en áreas protegidas.
2. Diseñar un procedimiento para el diseño de productos turísticos de naturaleza a partir de servicios ecosistémicos culturales en áreas naturales protegidas.
3. Aplicación del procedimiento para el diseño de productos turísticos de naturaleza a partir de los servicios ecosistémicos culturales en el Paisaje Natural Protegido "Valle Río Canímar".

La investigación está estructurada de la siguiente forma:

Introducción: Se caracteriza la situación problemática y se fundamenta el problema científico a resolver.

Capítulo I: Marco teórico referencial.

Se fundamentan los aspectos teóricos sobre la temática investigada, así como sus antecedentes, concepciones, definiciones, objetivos y experiencias referidas por la literatura científica nacional e internacional, así como a las valoraciones y criterios del autor.

Capítulo II: Caracterización del producto turístico Rio Canimar, procedimiento para el diseño de productos turísticos de naturaleza a partir de servicios ecosistémicos culturales en áreas naturales protegidas.

Se realiza la caracterización de la entidad objeto de estudio y los aspectos metodológicos, el diseño de la investigación, la propuesta del procedimiento, la descripción de las técnicas y métodos utilizados aplicados en la investigación.

Capítulo III: Aplicación del procedimiento para el diseño de productos turísticos de naturaleza a partir de servicios ecosistémicos culturales en el Paisaje Natural Protegido "Valle Río Canimar".

Herramientas y Métodos de Trabajo:

Métodos empíricos:

Análisis documental, Tormenta de Ideas, Entrevista.

Métodos teóricos:

Enfoque sistema, Inducción – deducción, histórico – lógico, y análisis – síntesis.

CAPITULO I

Sistematizar los aspectos teórico - metodológicos del enfoque ecosistémicos y su relación con el turismo de naturaleza en áreas protegidas.

En este capítulo se abordan los fundamentos teóricos y conceptuales de la investigación; partiendo de la conceptualización general de turismo , turismo de naturaleza y su relación con los servicios ecosistémicos; se referencia la necesidad y experiencias de este tipo de enfoque, para finalmente sintetizar los rasgos del diseño de productos turísticos de naturaleza , y la aplicación de técnicas y métodos del diseño de productos turísticos de naturaleza a partir de servicios ecosistémicos culturales , especialmente en la provincia de Matanzas.

1.1. El turismo de naturaleza en Cuba

El año 2017 fue nombrado por la Organización de Naciones Unidas como año del turismo sostenible para el desarrollo. El archipiélago cubano, posee muchas para el crecimiento del turismo de naturaleza y rural, los cuales han ido ganando espacios respecto a las ofertas más tradicionales. Los recursos naturales y paisajísticos con que cuenta, unidos a la existencia de un Sistema Nacional de Áreas Protegidas con personal calificado para su manejo y administración hablan por sí solo de estas potencialidades. Al respecto la destacada intelectual cubana Graciela Pogolotti expresó en el artículo “Breve historia del turismo” publicado en mayo del 2017 “Para un país como el nuestro, carente de grandes riquezas mineras, el turismo es una fuente de ingresos de indiscutible importancia. El desafío consiste en diseñar estrategias que potencien sus posibilidades de desarrollo en lo cultural y en lo humano, en favor de la nación, porque en las virtudes de nuestro pueblo reside el alma de la nación... (Suarez, R, et al,2021)

A medida que avanzamos socialmente, la necesidad de conocimiento se hace más prioritaria, es precisamente gracias a eso que todos tenemos conocimiento acerca

del significado del turismo, pero hay diversos conceptos que ayudaran a, pero hay diversos conceptos.

El turismo es una actividad que implica diversidad de conceptos escasamente definidos. Según Gonzales Ferrer (2006) su principal contradicción es que la actividad turística y su importancia como actividad económica crece mucho más rápido que la ciencia que la sustenta. (Álvarez, I.2019)

Ha sido tarea difícil el cuidado y conservación de estas áreas, debido al mal manejo de recursos que pueda existir, es por eso que las principales áreas donde puede desarrollarse esta actividad se seleccionan no solo en función de la naturaleza sino en función del cuidado y conservación de las mismas.

En la actualidad, esta actividad, se ha convertido en el segmento turístico de mayor crecimiento a nivel mundial. Se destacan, gracias a el exitoso desarrollo desempeñado en esta actividad áreas como: Valle de Viñales: Ubicado en la provincia de Pinar del Río, en este el viajero tendrá la posibilidad de realizar múltiples actividades y excursiones que le permitirán disfrutar al máximo de su estancia en esta región cubana, Cueva Saturno: ubicada en Matanzas (Carbonera), conformado por un hermoso lago de aguas tan cristalinas que es posible ver el fondo, Cascadas El Nicho, increíble y asombroso ecosistema situado en la provincia de Cienfuegos, en la Sierra de Escambray, donde descubrirás decenas de saltos de agua y estanques naturales, e identifica a uno de los parajes más bellos de Cuba, Gran Parque Nacional Sierra Maestra , formado por la región montañosa de Sierra Maestra , una gran área silvestre y posee el relieve más accidentado de las regiones montañosas del país y el Rio Canímar en Matanzas , área que se ubica en la Región Noroccidental de la provincia de Matanzas, en la cuenca hidrográfica del río Canimar , 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. 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. Constituyó un ecosistema natural favorable para los diferentes asentamientos aborígenes que allí se establecieron, existen gran número de cavernas utilizados como sitios de habitación, ritos o enterramientos, esta área está

considerada una de las más ricas regiones arqueológicas de Matanzas, se han reportado 31 asentamientos aborígenes, de los cuales 11 se dedicaban a las actividades de pesca, caza y recolección y otras 11 a la economía productora, también dedicadas a la alfarería. Existen 12 sitios arqueológicos, destacándose el Cementerio Aborígen (Monumento Nacional). Todo lo cual le confiere al área protegida 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 Canimar", y del cual estaremos hablando con más profundidad posteriormente debido a la importancia que posee. (PM en Río Canimar, 2016-2021)

La mayor de las Antillas cuenta con otros recursos naturales, paisajísticos, urbanos y culturales para el desarrollo de esta actividad, algunos de ellos declarados Patrimonio de la Humanidad y Reservas de la Biosfera, cuyo manejo propicia el auge del turismo, los cuales cuentan con un conjunto de normas y resoluciones que aseguren su cuidado y conservación.

Esta nueva alternativa de turismo se ha desarrollado desde sus inicios una forma satisfactoria no solamente gracias a la belleza paisajística que tiene el país, sino que además el ciudadano que en él habita se siente en una linda armonía con el medio natural que lo rodea

1.1.1 Turismo. Principales definiciones y clasificaciones.

A medida que avanzamos socialmente, la necesidad de conocimiento se hace más prioritaria, es precisamente gracias a eso que todos tenemos conocimiento acerca del significado del turismo, pero hay diversos conceptos que ayudaran a, pero hay diversos conceptos.

El turismo es una actividad que implica diversidad de conceptos escasamente definidos. Según Gonzales Ferrer (2006) su principal contradicción es que la

actividad turística y su importancia como actividad económica crece mucho más rápido que la ciencia que la sustenta. (Álvarez , I .2019)

Sobre este concepto han surgido diversas aportaciones desde varias fuentes, organismos o autores. Hunziker y Krapf profesores de la Universidad de Berna (Suiza) en 1942 momento en que los viajes de negocios no eran considerados aún como turísticos definen al turismo como “La suma de fenómenos y de relaciones que surgen de los viajes y de las estancias de los no residentes, en tanto no están ligados a una residencia permanente ni a una actividad remunerada”. Esta definición se ve un tanto incompleta ya que no considera al turismo como una actividad económica que mueve a actores e intereses tanto del país receptor como emisor de turismo. En 1982 Mathieson y Wall, proponen la siguiente definición: “El turismo es el movimiento temporal de la gente, por períodos inferiores a un año, a destinos fuera de su residencia y de su trabajo, las actividades emprendidas durante la estancia y las facilidades creadas para satisfacer las necesidades de los turistas. Es de destacar que esta definición toma en cuenta el objetivo fundamental del turismo en general: la satisfacción de las necesidades del cliente haciendo hincapié en la creación de facilidades para ello. (Avoce, P. 2011)

En 1991 la Organización Mundial del Turismo(OMT) lanza una nueva definición , introduciendo todos los puntos positivos de las definiciones expuestas anteriormente, a la vez que aclaran todos los aspectos de la actividad turística. “El turismo es definido como el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año. Los motivos son diversos, fines de ocio, por negocios u otros. Años más tarde (Sanz Duart, Vicente 2006) plantea que el turismo es una actividad dentro del sector servicios. La actividad turística involucra a un gran número de actividades (hostelería, restauración, agencias de viajes, guías turísticos, etc.). (Sosa Ramírez,2018), señalan que el mismo es, como motor económico, está llamada a la promoción de buenas prácticas que contribuyan con el logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, entre ellos la reducción de la pobreza, el desarrollo de las comunidades y la protección del medioambiente.

Este sector es un fenómeno de desplazamiento de un lugar de residencia permanente a otro temporal, no solo es un movimiento de personas que implica transporte, alojamiento y alimentación, sino es un fenómeno social complejo, con múltiples facetas que involucran la esfera de lo económico, lo social-cultural (utilización del tiempo libre) y lo ambiental. Mediante el turismo se pretende satisfacer necesidades vitales, culturales o deseos personales de diverso tipo. Es decir, en tanto práctica social, el turismo no está condicionado por un instinto biológico, sino que depende de un sistema de valores colectivos dominantes que estructura un conjunto de roles económicos y sociales orientados hacia el fin. (Trang Thi, 2018)

De acuerdo con el conjunto de definiciones de autores mencionadas anteriormente, el turismo es más que un viaje de realización de sueños las personas (turista) fuera de su lugar de residencia durante un corto periodo de tiempo con disímiles fines entre los que pueden estar la búsqueda de ocio o recreación, la intención de adquisición de conocimientos religiosos, naturales o culturales de un determinado lugar, con el fin de satisfacer sus necesidades, los viajes de negocios, entre otros.

Respecto a las clasificaciones del turismo veremos distintos tipos, que son los siguientes:

- **Turismo de sol y playa** (tradicional): Es la máxima expresión del turismo de masas, ya que las playas en los diferentes tipos turísticos son las más visitadas por los turistas. Consiste primordialmente en pasar unos días de esparcimiento en un destino de costa, naturalmente con playa y mar, mismo que debe contar con espacios públicos destinados a esa actividad. (Entorno Turístico, 2019)

- **Turismo de reuniones**: Consiste en el desplazamiento de viajeros fuera de su entorno habitual con fines lucrativos. Normalmente son empresas las que envían a sus trabajadores a juntas, conferencias, reuniones o exposiciones. (Entorno Turístico, 2019)

- **Turismo de naturaleza**: Busca delimitar a un tipo de viajero más exigente, cuya principal motivación es estar en contacto con la naturaleza.

Principalmente desarrollado por turistas jóvenes con inquietudes por el deterioro del medio ambiente y preocupados por temas como el calentamiento global, el desarrollo social y el enriquecimiento cultural. Teniendo tres grandes clasificaciones: ecoturismo, turismo de aventura y turismo rural.

- **Turismo de salud:** Incluye al turismo médico y al turismo de bienestar. Es un fenómeno que se lleva a cabo cuando la gente viaja para buscar tratamientos que le permitan mejorar sus condiciones de vida, estos pueden ser, médicos que realicen algún tipo de cirugía, clínicas de rehabilitación o espacios para ayudar a su salud. Algunas de las

razones para este tipo de viajes es por la calidad o lo económico de los servicios fuera de su lugar de residencia. (Entorno Turístico, 2019)

- **Turismo cultural:** Dentro del turismo cultural, los más conocidos son el turismo religioso y el gastronómico. Este es más exigente y tiene la posibilidad de desarrollarse en cualquier época del año; se viaja con la intención de “aprender algo”, ya que normalmente se realiza por gente con un nivel educativo más alto que el promedio. Es común que se busquen monumentos históricos del destino visitado, las manifestaciones gastronómicas más representativas del lugar, y sucesos o leyendas que cuenten la historia del mismo. (Entorno Turístico, 2019)

- **Turismo negro:** Se trata de visitar destinos donde hubo dolor, muerte, etc. (Entorno Turístico, 2019)

(Torrallbo, J.2019)

1.1.2. Turismo de naturaleza. Principales antecedentes y definiciones

El turismo de naturaleza como actividad tiene su origen en el continente europeo a fines del siglo pasado, mismo que se fortaleció con algunos movimientos sociales, entre otras cosas fomentaba la conexión con la naturaleza, este incluye todas aquellas modalidades del turismo en que la motivación del viaje o la selección del destino están determinadas por el disfrute de la naturaleza o de los componentes de la misma.

Responde normalmente a una especialización de la motivación vacacional, y, por tanto, de partida debemos considerar que compite con el resto de motivaciones y productos del turismo vacacional, de los cuales el de sol y playa es uno de los más consolidados. El mismo puede mostrar un 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, además tiende a mejorar la calidad de vida de los pobladores.

Esta inmensa necesidad de encontrar la calma que necesita el hombre, en conjunto con la naturaleza, gracias a la exquisita tranquilidad que le proporciona trajo consigo el desarrollo del Turismo de Naturaleza, vinculando directamente la actividad turística con la naturaleza, en la cual el visitante además de disfrutar de una experiencia maravillosa, se enriquece de conocimientos culturales, religiosos, naturales, entre otros. Los beneficios directos del turismo de naturaleza para las comunidades locales rurales incluyen la generación de empleos, la creación de emprendimientos locales, y oportunidades de educación e inversión, entre otros. Así también, un turismo planificado y sustentable puede generar importantes oportunidades de conservación de las áreas verdes de destino (Ruiz, F, et al,2020)

Según (Ceballos, 1987) aquella modalidad turística ambientalmente responsable consistente en viajar o visitar áreas naturales relativamente sin perturbar, con el fin de disfrutar, apreciar y estudiar los atractivos naturales (paisaje, flora y fauna silvestres) de dichas áreas, así como cualquier manifestación cultural (del presente y del pasado) que puedan encontrarse ahí, a través de un proceso que promueve la conservación, tiene bajo impacto ambiental, cultural y propicia un involucramiento activo y socioeconómicamente benéfico de las poblaciones locales. (Hernández, V.2021)

Para Crosby (1994) es el turismo de visita a áreas naturales, que siempre implica el sostenimiento de la naturaleza (Lacambra, 1997); por ello el patrimonio natural, como imagen de destino se regula, para reducir impactos, y disfruta de gestión integrada a través de: Planes de Excelencia Turística, que han promovido la calidad y el efecto demostración; Planes Integrales de Calidad del Turismo, enfocados a nuevas ofertas, renovación de la existente, y aplicaciones a pequeña escala (ecotasas, certificados ambientales); y Planes Estratégicos, orientados a la gestión

del destino turístico, y que han priorizado al entorno. Conforma, pues, un modelo turístico relacionado con los condicionantes espaciales (localización, desplazamiento y distancia), paisajístico-perceptuales (valoración de escenarios no cotidianos) y ambientales, con el recurso ambiental en el concepto de paisaje, integrado por los procesos del medio físico y biótico, y que dispone de cualidades naturales, científicas y recreativas (Cebrián-Abellán et al., 2001). De ese modo, está construido sobre valores cualitativos, temáticos, de calidad, individualizados, de lo que deriva que los destinos deban de ajustarse a propuestas personales, cada vez más diversas e innovadoras. (Chávez, M, et al., 2019)

Este sector integra al patrimonio natural con el turista, el primero tiene en cuenta a la fauna y el hábitat, con sus características geológicas y paisajes, permitiendo la práctica deportiva de naturaleza y el conocimiento en parques y zonas protegidas y el mencionado posteriormente se define por las motivaciones: bienestar físico, estímulo intelectual, disfrute de la naturaleza, contacto con escenarios personalizados e íntimos.

Esta alternativa de turismo consiste en viajar recreativamente con el objetivo de realizar actividades, donde el cliente (turista) se encuentra en contacto directo con la naturaleza y con las expresiones culturales que se encuentran inmersas en ella con el objetivo de conocer y vivir una hermosa experiencia natural, satisfaciendo así sus necesidades y deseos.

Anexo1: Algunas formas en las que se desarrolla esta actividad

1.1.3. Características del turismo de naturaleza en Cuba. Perfil del turista de naturaleza.

Cuba posee disímiles valores naturales y humanos que forman parte de su invaluable patrimonio nacional. Como pilar fundamental en la conservación del medio ambiente (MA) se encuentran las Áreas Protegidas. Entre la exploración de alternativas para aprovechar los recursos de la naturaleza, las administraciones de las Áreas Protegidas fomentan actividades como el turismo de naturaleza teniendo en la mira la obtención de recursos que en un futuro podrían constituir una compensación económica para los trabajos de conservación que se llevan a cabo en dichos espacios protegidos. La naturaleza desde diferentes aristas es el mayor

atractivo que posee el país. Comenzando por los encantadores paisajes reflejados en extensas llanuras con palmas, ciénagas, ríos, formaciones boscosas hasta las más imponentes cordilleras. Se pueden mencionar la inmensidad en el mundo vegetal y animal que constituye la porción de lo real maravilloso, luego el hombre es una pieza ligada al entorno donde las comunidades, sus costumbres, tradiciones e idiosincrasia, forman parte indisoluble del medio ambiente y, por último, la historia como hilo conductor de todo lo antecedido teniendo por testigo el ecosistema

Las autoridades del sector turístico de Cuba poseen gran interés en desarrollar la peculiaridad de turismo de naturaleza, debido a que cuenta con recursos auténticos que le permiten posicionarse en segmentos de mercados por esta modalidad.

Las modalidades básicas del turismo ecológico son el senderismo, caminatas y recorridos, vinculado a esto pueden desarrollarse otras actividades como la observación de grupos específicos de animales y plantas. El entorno natural o parcialmente antropizado debe ser siempre la base de sus operaciones. Se expresa además que se asume un compromiso serio con las generaciones futuras y que se procura que las acciones que se emprendan causen el menor impacto negativo posible. Entre los principales objetivos del ecoturismo cubano se encuentra, ofrecer al visitante una calidad de experiencias satisfactorias a través de servicios y facilidades acorde con los objetivos del desarrollo sostenible, transmitir el conocimiento de la conservación biológica y cultural mediante técnicas de información e interpretación; fomentar la participación de las comunidades locales, así como crear una conciencia conservacionista entre turistas, guías y población local. (Suarez ,R, et al,2021)

Para el desarrollo de estas actividades, el archipiélago cuenta con 211 áreas protegidas, identificadas dentro del Sistema Nacional de Áreas Protegidas, las cuales representan el 20.20% del territorio nacional, de ellas ,14 se encuentran comprendidas en la categoría de Parque Nacional, ocupando más de 9.000Kmcuadrados.

Por otro lado, existe un grupo de áreas protegidas de diversas categorías, con elevado potencial para el uso público, en las que actualmente no se desarrolla ninguna actividad turística. Muchas veces, esto ocurre por falta de una adecuada valoración de sus atractivos y la presentación de ofertas que cubran las

expectativas del segmento turístico que visita estos espacios. Así ocurre en el caso del Parque Nacional Pico Bayamesa que, contando con importantes atractivos paisajísticos e históricos, dentro de sus zonas de uso público, y una propuesta preliminar de senderos para uso turístico, ya incluidas en el Plan de Manejo (2013-2017), que hasta la fecha no ha podido concretar ninguna actividad turística. (Escriche, M,2020)

A nivel internacional es un hecho el crecimiento de este sector. Según el Panorama del Turismo Internacional (OMT, 2017), Cuba muestra los mejores resultados respecto al crecimiento de visitantes extranjeros en toda América con un 14%, cuando la región de América Central y el Caribe crecieron un 5%. Le siguen al destino Cuba, Colombia y Canadá con un 11% y México con un 10%. Estos indicadores validan la respuesta del Ministerio de Turismo en Cuba por incrementar la estructura habitacional de turismo en el país (Pérez, M,2020)

Además, se caracteriza por un elevado nivel de flora y fauna endémica sin amenaza de especies venenosas y con una gran biodiversidad a nivel de las islas y cuenta con un clima que favorece la realización de las largas caminatas. Gracias a las hermosas características naturales que tiene apuesta por la realización de un turismo de naturaleza sano, atractivo y como bien se ha mencionado anteriormente, de aprendizaje donde el cuidado al medio ambiente es primordial

Debido a la gran complejidad que poseen determinados senderos del país, debido al gran nivel de altura por el que se caracteriza como es el caso del Pico Turquino, siendo esta la mayor elevación del país, que requiere de una elevada destreza para poder llegar a los 1974 metros sobre el nivel del mar, se ha diseñado un producto turístico nombrado Techo de Cuba, para aquellas personas que no cuenten con la capacidad física de subir por si solos este atractivo turístico

Se desarrollan también visitas a las estaciones de conservación de plantas y animales, preferiblemente a los jardines botánicos en los que se cuidan diferentes especies de animales que tienen un hábitat restringido en el mundo.

Vincular el turismo científico y académico con el de naturaleza se ha trazado como un propósito a alcanzar. Las agencias de viajes organizan eventos con el fin de integrar ese concepto y lograr que un gran número de promotores, turoperadores,

investigadores, científicos y de personas que aman la naturaleza visiten los impresionantes atractivos con los que cuenta Cuba.

El perfil más habitual del turista de naturaleza cubano, es el de una persona con estudios, activo, educado, inteligente, curioso, aventurero y con conocimientos previos del lugar que visita. El ecoturista busca lo nuevo, desea un intercambio cultural, aprendizaje y prefiere un servicio personalizado y de calidad. El ecoturista busca también la libertad, la exclusividad y la privacidad. En relación con las actividades que desarrolla durante su viaje, destacan la observación de aves, la fotografía, los estudios botánicos, el submarinismo de observación, frente a las actividades generalistas o recreativas del turista tradicional. En cuanto a su manera de comportarse, llama la atención que eligen desplazarse en pequeños grupos con guías especializados. Su forma de compra suele ser mayoritariamente a través de paquetes turísticos con un elevado gasto por día. (Pérez, M,2020)

1.2 El producto turístico de naturaleza a partir de servicios ecosistémicos culturales

La vida de los seres humanos está sustentada en los beneficios derivados de los ecosistemas. Ello se fundamenta en que los bienes y servicios que suministra como: el agua, los alimentos, la madera, la recreación, los medicamentos, la conservación de especies, el hábitat, entre otros posibilitan el desarrollo (Galvan ,A.2019)

La biodiversidad en todos sus niveles (ecosistemas, especies y genes) aporta beneficios a la sociedad de diferentes formas, por ejemplo, a través de productos turísticos que se pueden obtener de los ecosistemas, por medio de la prestación de servicios ambientales (Elizabeth ,M,2015)

Los ecosistemas proporcionan cuatro tipos de servicios al mundo entre los cuales se encuentra: el servicio de regulación que son los beneficios obtenidos de la regulación de procesos ecosistémicos, pudiendo mencionar como ejemplo la regulación de la calidad del aire y la fertilidad de los suelos, el control de las inundaciones y enfermedades ,entre muchos otros, el servicio de abastecimiento incluyendo en ellos los beneficios naturales que las personas obtienen de los ecosistemas, entre los que se encuentra el suministro de alimentos ,agua,fibras,madera y combustible, servicio de apoyo que es el necesario para la

producción de los demás servicios ecosistémicos ofreciendo espacios en los que viven las plantas y animales ,permitiendo la diversidad de especies y manteniendo la diversidad genética y los servicios culturales que son los beneficios inmateriales que las personas obtienen de los ecosistemas como son la fuente de inspiración para las manifestaciones estéticas, obras de ingeniería, la identidad cultural y el bienestar espiritual (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura(FAO)-ESBa fao.org)

Un servicio ecosistémico es básicamente un producto que no se puede vender en un mercado en específico(Valdivia et al,2020)Es justamente que para poder determinar el valor de servicios, productos y bienes para los que no existe un mercado en concreto , y de los cuales existe una variedad de bienes ilimitadas que pueden valorarse, se puede determinar de cierta manera un estudio que nos alcance ya sea desde el punto de vista de la oferta la demanda en sentido en cuanto la realidad merece(valen)estos servicios y que de alguna manera se deba monetizarlos beneficios naturales que nos ofrece la naturaleza y de algunos que surgieron de la intervención de la mano del hombre (Hidalgo , N.2021)

La toma de conciencia por parte de la sociedad, principalmente en los países desarrollados, con las cuestiones relacionadas con la conservación de este ambiente natural ha impulsado un crecimiento de la demanda de la actividad turística –recreativa relacionada con el mejor conocimiento de la naturaleza y las culturas autóctonas

Todos estos servicios están conformados por un sistema de componentes naturales que son imprescindible para lograr un adecuado desarrollo de la actividad humana, pero sin embargo aprovecharlos de forma favorable sin lograr dañarlos ha sido tarea de gran dificultad para el hombre. Es por eso que actualmente se le da tanta importancia al adecuado desarrollo de la actividad turística y a la conformación de los productos turísticos de naturaleza sin afectar todos aquellos recursos y servicios que el medio natural pone al alcance de la sociedad , ya que esta actividad se centra más en el aprovechamiento del entorno natural desarrollando productos turísticos de naturaleza que sean de gran atractivo turístico teniendo en cuenta todos los servicios ecosistémicos mencionados anteriormente ,pero haciendo gran énfasis en los servicios ecosistémicos culturales complementando una exquisita

unión debido a que todo producto turístico de naturaleza además de estar relacionado directamente con el desarrollo y el turismo sostenible refiriéndose a los hábitats naturales insertados en él, todos aquellos valores estéticos ,espirituales y culturales que se encuentran inmersos dentro del entorno natural aprovechando esos beneficios para el acelerado desarrollo del producto turístico con el fin de que el cliente(turista) se lleve un conjunto de experiencias y emociones maravillosas que diferencien su aventura de forma exitosa por ser este una fuente notable de experiencia estética.

1.2.1 Producto turístico. Principales definiciones y clasificaciones.

La definición de producto turístico ha sido tratada desde varias perspectivas y entendida dentro de disímiles momentos históricos. Nace en Europa en la década de los años 50 del siglo XX y posteriormente con el avance de la sociedad, se va conformando todo un espectro de criterios, dando lugar a diversas definiciones.

El producto turístico es definido desde varias perspectivas .Desde el punto de vista económico ,es concebido como el flujo de efectivo en la venta de conducentes a facilitar los viajes (Bosch,2002).No obstante ,otros autores generan definiciones que tratan de entender la totalidad del producto turístico .(Crespi &Planells,2006) argumentan ,en esta línea que el producto turístico esta determinado por los bienes y servicios ofertados para los turistas.(Ramirez,O,2019)

Cuando hablamos de producto turístico, pensamos por instinto en algún recurso turístico, sea este natural o cultural y no se relaciona este concepto a los servicios que posibilitan el acceso y disfrute de los mismos

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 en un período dado, condiciones estas que determinan su

característica de transitoriedad, es decir su imposibilidad de almacenamiento. La definición dada por Boullon (2003) aun siendo abarcadora y amplia no establece el objetivo final del producto turístico que es satisfacer las necesidades del turista actual, que se encuentran sujetas a constantes cambios ya que los mismos tienen acceso a una amplia variedad de información que les permite conocer las características particulares de los destinos turísticos y su oferta, otorgándoles un gran poder de negociación. (Álvarez, C.2019)

Este debe ofrecer un conjunto de utilidades funcionales y psicológicas al cliente, la primera se refiere a que debe satisfacer las necesidades básicas del turista; mientras que la segunda, al significado y valor simbólico concedido por el turista hacia el lugar visitado. El mismo debe tener una serie de características que lo diferencien del resto ya que debe ser intangible, inseparable, tener un carácter perecedero y ser estacional.

Este se puede definir de igual forma como el conjunto de combinaciones e interacciones sinérgicas de múltiples prestaciones, materiales e inmateriales que le ofrecen al turista un exquisito espacio (destino) donde el principal objetivo es satisfacer sus necesidades y deseos. En consecuencia, a este tipo de producto específico, se le reconocen una serie de características como son: intangibilidad, inseparabilidad, heterogeneidad, caducidad, agregabilidad, estacionalidad, y mayor subjetividad, que determinan su gran complejidad y amplitud en general, por ello, la considerable dificultad de conocer los atributos relevantes para el turista. Por lo que diferentes autores consideran la "imagen" como un componente más del mismo.

Por lo tanto, un producto turístico puede ser definido como el conjunto de bienes y servicios tangibles e intangibles, compuesto por la combinación de un conjunto de elementos de la industria turística que son el resultado de un proceso productivo, en el cual el principal objetivo de su producción es la satisfacción de necesidades y deseos de los visitantes a cambio de cierto precio.

Según Turplan II (2007-2011), este producto se puede clasificar en:

_ Producto Aventura

Producto Turismo Cultural

Producto Turismo de Congreso y Exposiciones

Producto Turismo del Vino

Producto Turismo-Naturaleza

Producto Turismo Nieve

Producto Turismo Rural

Producto Turismo Salud

Producto Turismo Vacacional

Anexo2: Ciclo de vida del producto

1.2.2El producto turístico de naturaleza, un producto turístico sostenible.

El producto turístico de naturaleza se establece por muchos autores como el conjunto de atractivos, servicios e infraestructuras, con fines comerciales, en un entorno de naturaleza relativamente poco alterado, que incorpora los principios y buenas prácticas que contribuyen a la sostenibilidad

La Organización Mundial del Turismo (OMT, 2016), considera que el turismo debe contribuir a la conservación y preservación de los ecosistemas naturales, la biodiversidad, tradiciones culturales, animando a la sensibilización de la comunidad turística y planteando alternativas de desarrollo sostenible para las comunidades locales. En este sentido, el desarrollo sostenible del turismo en sus diferentes modalidades y manifestaciones debe estimular una acción responsable, por parte de los gobiernos locales y de las empresas de prestación de servicios, con el fin de lograr que las comunidades locales se involucren a través de enlaces económicos significativos, donde prevalezcan principios éticos, culturales, sociales, económicos, ecológicos e institucionales (Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL], 2021).

Se detalla que la creación de productos turísticos sostenibles para la modalidad de turismo de naturaleza, constituye 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 (Haid y Albrecht, 2021).

Como resultado de esta amalgama de conceptos se obtiene finalmente una definición concluyente sobre el término producto turístico de naturaleza, el cual no es más que... “un conjunto de elementos tangibles e intangibles resultantes de la realización de un viaje hacia áreas naturales bajo la motivación de disfrutar de la naturaleza y de los diferentes componentes naturales y culturales que la rodean. Los elementos que lo integran se encuentran dispuestos en su mayoría en forma de servicios y se ofrecen al consumidor con el propósito de satisfacer sus necesidades, respetando el compromiso de conservación de los recursos presentes en las áreas en que se desarrolla” (El producto turístico varía sus características y dimensiones según la modalidad turística en la que sea proyectado. Evidentemente un producto de turismo de ciudad, por citar un ejemplo, difiere en gran medida de un producto turístico de naturaleza. Aunque el producto conserve características intrínsecas que le confiere su cualidad de producto, válida la redundancia, el hecho de desarrollarse (Fernández, F.2015)

Según (Alfonso; Slovasevich, et al., 2021) el principal objetivo de un producto turístico de naturaleza es relajarse y desarrollar actividades de aventura en contacto directo con la naturaleza verde y recibir un valor agregado a los servicios de alojamiento y restauración en un ambiente natural, disfrutando de los atractivos naturales y culturales dentro de un turismo de naturaleza, vivenciando múltiples experiencias en la observación y contacto directo con el paisaje, compartir y relacionarse con los recursos turísticos y la cultura de la población local dispersa(Hernández ,V.2021)

1.2.3El producto turístico de naturaleza a partir de servicios ecosistémicos culturales. Caso cubano.

El vínculo de la actividad económica social ha estado desde que la sociedad con su actividad productiva, ha intentado desarrollarse. Sin embargo, en los últimos años donde los problemas ambientales han rebasado fronteras locales, esa relación entre la actividad humana y el medio ambiente natural requiere de una atención intencionada hacia cambios de comportamientos que la mejoren (Marrero , M. et al,2022)

En Cuba la valoración económica de los servicios ecosistémicos es un tema poco abordado, tanto en la teoría como en la práctica, y aún menos tratados son los estudios de valoración de los servicios ecosistémicos culturales de la bahía de Matanzas, lo cual es de gran importancia ya que una mejor comprensión de este valor económico permitirá que la bahía sea considerada como un sistema económicamente productivo y a su vez se reconozcan los valores culturales asociadas a ellas. (Marrero , M,et al,2022)

Se identificaron diferentes servicios ecosistémicos culturales entre los que se encuentran: el estéticos, espirituales(religiones afrocubanas relacionadas con la bahía,pincipalmente en la desembocadura de los ríos),servicios educativos(proyecto Amigos de la Bahía”),turismo ya que existe un turismo contemplativo desde altas zonas de la ciudad, histórico gracias a diversos hechos históricos que tuvieron la bahía como escenario ,valores arqueológicos(restos de barcos en el fondo de la bahía),información científica(estudios que se realizan en las playas que se encuentran dentro de la bahía),recreativos(la playa y las actividades que se realizan en el viaducto),militar(lugar estratégico para la defensa de la ciudad y deportes acuáticos como las actividades deportivas que se realizan en la bahía:remo,vela,kayak.(Marrero, M,et al,2022)

El historiador de la ciudad Ercilio Vento Canosa destaca además la importancia de la bahía en la fundación y desarrollo de Matanzas como ciudad, así como el reconocimiento de la misma no solo como elemento del paisaje sino como símbolo de identidad del matancero. Confirmando todo ello los inmensos valores relacionados a la bahía, y la necesidad de mantener los atributos que dan la sostenibilidad a la oferta de estos servicios ecosistémicos culturales mediante diversos productos turísticos ,es por ello que posee gran importancia estimar de valor a cada uno de estos servicios ya que esas evaluaciones le aportan elementos a las instituciones encargadas de establecer políticas de desarrollo, respondiendo dentro de un marco ambiental saludable a los intereses de la mayoría de las personas ,garantizando el desarrollo económico de la región. Por todo lo anteriormente planteado a criterio personal se puede considerar esta hermosa bahía como un excelente producto turístico de naturaleza.

Mediante estudios realizados para saber el valor monetario que estaban dispuestos a pagar los habitantes de la ciudad, que son los que poseen mayoritariamente el privilegio de disfrutarla con regularidad, se llegó a conocer que la disposición a pagar era de 44,60CUP, estimándose como valor anual de estos servicios ecosistémicos culturales de la misma partir de un total de población mayor de 18 años residentes en la ciudad, cuyo resultado fue de 4,8 millones de pesos cubanos. Siendo este valor monetario interpretado como el beneficio generado por estos servicios a la población residente.

1.3-Antecedentes metodológicos para el diseño de Producto Turístico

Actualmente la actividad turística ha cambiado el paradigma del turismo convencional y la demanda actual en la medida que la sociedad avanza se hace más exigente con el único objetivo de satisfacer necesidades. Por esta razón son numerosos los estudios investigativos realizados para conocer las insatisfacciones del cliente y de esta manera crear productos turísticos sostenibles que le cubran las necesidades del mercado. Es por ello, la necesidad de establecer una metodología para el estudio de mercado que contribuya a la creación de productos turísticos. Para ello es necesario conocer diferentes metodologías con sus fases a seguir por diferentes autores, en relación al estudio del mercado turístico que posibiliten la creación de estos productos, haciendo un análisis pertinente para la correcta selección de las fases que respondan a los aspectos teóricos, metodológicos y prácticos para la investigación, convirtiéndose en efecto en antecedentes actuales

Esta herramienta, pretende poner a consideración de los interesados, una secuencia lógica de pasos que atenúen la incertidumbre y disminuyan el riesgo, con relación a la toma de decisiones para el diseño y comercialización de productos turísticos, permite un acercamiento a la integración de las variables económicas, sociales y ambientales en el propósito de contribuir al manejo de espacios físicos para el desarrollo del turismo, bajo el paradigma de la sostenibilidad. (Gómez, G . 2014)

I-Procedimiento metodológico para el diseño de productos turísticos para facilitar nuevos emprendimientos (Gómez Glicería,2014)

El trabajo tiene como objetivo, poner a la atención de los interesados una propuesta metodológica para el diseño de productos turísticos, sobre los que se pueden generar alternativas de nuevos emprendimientos en el contexto del destino. El procedimiento se observa obtenido por diferentes fases; en la primera se realizó un proceso de identificación de mercado; la segunda fase se lleva a cabo el análisis para el diseño del producto y consta de tres pasos fundamentales que son: la identificación de los recursos y atractivos turísticos, la generación y selección de ideas, posteriormente a eso la identificación del tipo de actividad turística sobre la base de los atributos que caracterizan los recursos atractivos y la definición y prueba del concepto de producto, en la tercera fase se concretan los intermediarios de viajes, ubicando cada actividad en su espacio y tiempo y se integran todos los elementos anteriores para diseñar la oferta turística y la cuarta fase se realiza un estudio de viabilidad y se analiza el impacto medioambiental.

II- Estudio de mercado para la construcción de un resort que fomente el desarrollo turístico rural en el cantón Chone (Chaves, E, 2017)

Esta investigación tiene como objeto de estudio fomentar el desarrollo turístico rural del Cantón Chone de manera que su metodología fue planteada en fases: las cuales en la primera consta de un diagnóstico situacional de generalidades, antecedentes, atractivos y características; su segunda fase consiste en el análisis de la oferta, demanda y competencia en las que se determinan las preferencias del turista y a su vez identificar gustos y exigencias de los visitantes para obtener el resultado de hacia donde está direccionada la demanda y como tercera plantea el aporte social y económico de la propuesta, es decir, la manera de dar a conocer el aporte social que tendrá la creación de un Resort en el Cantón Chone, a través del diseño de mix del marketing del producto en las que se plantean estrategias de promoción, publicidad, posicionamiento y los canales de distribución para sustentar dicha investigación.

III- Metodológica para el diseño de productos agro turísticos (Pérez, I, 2020)

La investigación tiene como objetivo general elaborar un procedimiento para el diseño de un producto agroturístico en la provincia de Pinar del Río para facilitar

que los turistas tengan experiencias interactivas a cerca de las tradiciones de vida del mundo rural. Para esto se determinaron cuatro pasos ; el primero fue la concepción de la idea del proyecto agroturistico,estudiando los segmentos del mercado en relación con lo que se quiere vender ,el segundo fue el diseño conceptual del producto ,el tercero fue el inventario de recursos agroturisticos básicos y complementarios ,considerando que el producto turístico está conformado por atractivos básicos y complementarios, servicios directos de la planta turística ,infraestructura y superestructura, en el cuarto paso fue el diseño del negocio agroturistico,el quinto la implementación y para finalizar el monitoreo y evaluación.

1.3.1-Antecedentes y consideraciones metodológicas para el diseño de productos turísticos de naturaleza en Cuba.

En la medida que la sociedad en todas las esferas de la vida avanza se hace necesario acercarse más al entorno natural que nos rodea y de esta manera aprovechar cada recurso que nos ofrece y en ocasiones diseñarlo para mejor .Es por esto que tanto en Cuba como en todas partes del mundo diversos autores han desarrollado innumerables procedimientos metodológicos par el diseño de productos turísticos de naturaleza ,para de esta forma incrementar su actividad turística.

.I-Diseño de Productos turísticos desde la Agencia de Viajes Cubatur en Santiago (Esther , I, et al,2019)

El objetivo principal de esta investigación fue diseñar productos turísticos competitivos, sostenibles y de mercado que permiten el aprovechamiento de los recursos históricos, culturales y medioambientales del destino Santiago de Cuba, especialmente en el territorio de Preferente uso Turístico de Guama, objetivo que se llevó a cabo a través de cinco fases metodológicas. La primera comienza con la preparación en la que se involucró todo el capital de la organización para el avance de la actividad garantizando así la no existencia al cambio y una óptima comunicación entre los investigadores y trabajadores, la segunda analizo el escenario turístico mediante un detallado análisis de mercado ,analizando el macro y micro entorno ,los proveedores, la cultura organizacional para el análisis interno con la finalidad de conocer cómo se gestiona la innovación y teniendo en cuenta la

satisfacción del cliente mediante el estudio de las competencias locales ,además se analizó la cartera de productos teniendo en cuenta el comportamiento de las excursiones. En esta fase de análisis se tuvo en cuenta la imagen e identidad de Cubatur, así como sus principales resultados económicos, los cuales arrojaron un inestable comportamiento de ingresos debido a la disminución de las ventas de excursiones, afectando así las ventas de exportaciones de la agencia de viajes. Gracias al detallado análisis de las fases anteriores en la tercera fase se creó el producto determinando los objetivos de la empresa en concordancia con las características del destino determinando que las actividades que pudieran realizarse en el mismo circundan en el destino de naturaleza ,generando así alternativas basadas en esas manifestaciones y en la cuarta fase se analizan las variables de comercialización del producto analizado como: distribución, posicionamiento, y comunicación-promoción en la que se analizan diferentes parámetros que se encuentran en ella; entre esos; el precio.

II-Estudio de mercado para la creación de productos turísticos en los humedales de la provincia de Manabí (Félix Gillermo,2021)

Esta investigación tiene como objetivo la creación de productos turísticos para los humedales en la provincia de Manabí, aprovechando todos los recursos existentes, mediante procedimientos que se estructuran de manera ordenada y secuencial tres fases. En la primera se realizó un diagnostico situacional del entorno, en el cuales determino el potencial de los recursos turísticos analizando cada zona de estudio y determinando sus potencialidades, la segunda se centró en la determinación de la oferta y la demanda de cada uno de los humedales, se estudió la competencia para así determinar la demanda turística de estos y conocer el perfil del cliente que los visita y la tercera se analizaron los diferentes segmentos de mercado que van dirigidos al producto y así determinar cuál era el recurso o atractivo que se deseaba ofrecer, para la elaboración del producto ; estableciendo finalmente un producto turístico para cada ecosistemas en los que se destacaron los siguientes componentes: nombre del producto, diseño de las rutas, itinerarios, costos y packs y los servicios que brinda.

III-Metodología para el diseño de Parques temáticos de naturaleza sostenible en Cuba (Sosa Oscar et al ,2022)

Esta investigación propone una metodología con carácter estructural, flexible, participativo y dinámico para el diseño de parques temáticos sostenibles preferiblemente en áreas naturales protegidas adaptado a las condiciones del destino Cuba. Para su desarrollo metodológico se utilizaron tres fases; cada una de ellas compuesta por diferentes etapas, la primera fue la fase inicial en la cual se desarrolló como primera etapa la preparación donde se analizó la capacitación y preparación del equipo y la capacitación general del territorio, la segunda y la segunda etapa de esta fase fue la de potencial turístico del sitio, mediante la cual se desarrollaron diferentes pasos como: inventario de recursos turísticos, análisis de la demanda turística y análisis de la competencia ,la segunda fase fue de planeación la cual tuvo la planificación como primera etapa y desarrollando pasos como: diagnóstico de cooperación y alianzas y diagnostico rural participativo debido a que el proyecto debe incluir la participación de comunidades aledañas y la tercera y última fase fue de diseño ,incluyendo dos etapas la primera de diseño y la segunda de validación ,en la primera llevo a cabo pasos como :definición de objetivos, definición del concepto del parque ,definición de servicios y estándares ,diseño del parque y atributos y geolocalización de la propuesta y en la otra etapa se analizó la validación de la propuesta y la retroalimentación y mejora.

A criterio propio todos los antecedentes metodológicos planteados con anterioridad son viables y han anexado diversos aportes metodológicos para el estudio investigativo del tema pero el que resulta más completo para el desarrollo de esta investigación en concreto fue la desarrollada por Gómez Glicería en el 2014 porque además de analizar detalladamente el mercado e identificar cada recurso atractivo turístico con el que contaba para el desarrollo del producto ubicando cada actividad en su tiempo y espacio desarrolla un exitoso estudio de viabilidad e impacto medioambiental ,constituyendo este último un elemento fundamental en el cual se está trabajando actualmente debido al deterioro ecosistémicos que ha sufrido el medio ambiente por el desarrollo de la actividad de los economistas sobre el mismo

Conclusiones Parciales.

- ✓ En los últimos 50 años, los seres humanos han transformado los ecosistemas más rápidos y extensamente que en ningún otro período de tiempo comparable de la historia humana, en gran parte para resolver rápidamente las demandas crecientes de alimento, agua dulce, madera,

fibra y combustible. Esto ha generado una pérdida considerable y en gran medida irreversible de la diversidad de la vida sobre la Tierra.

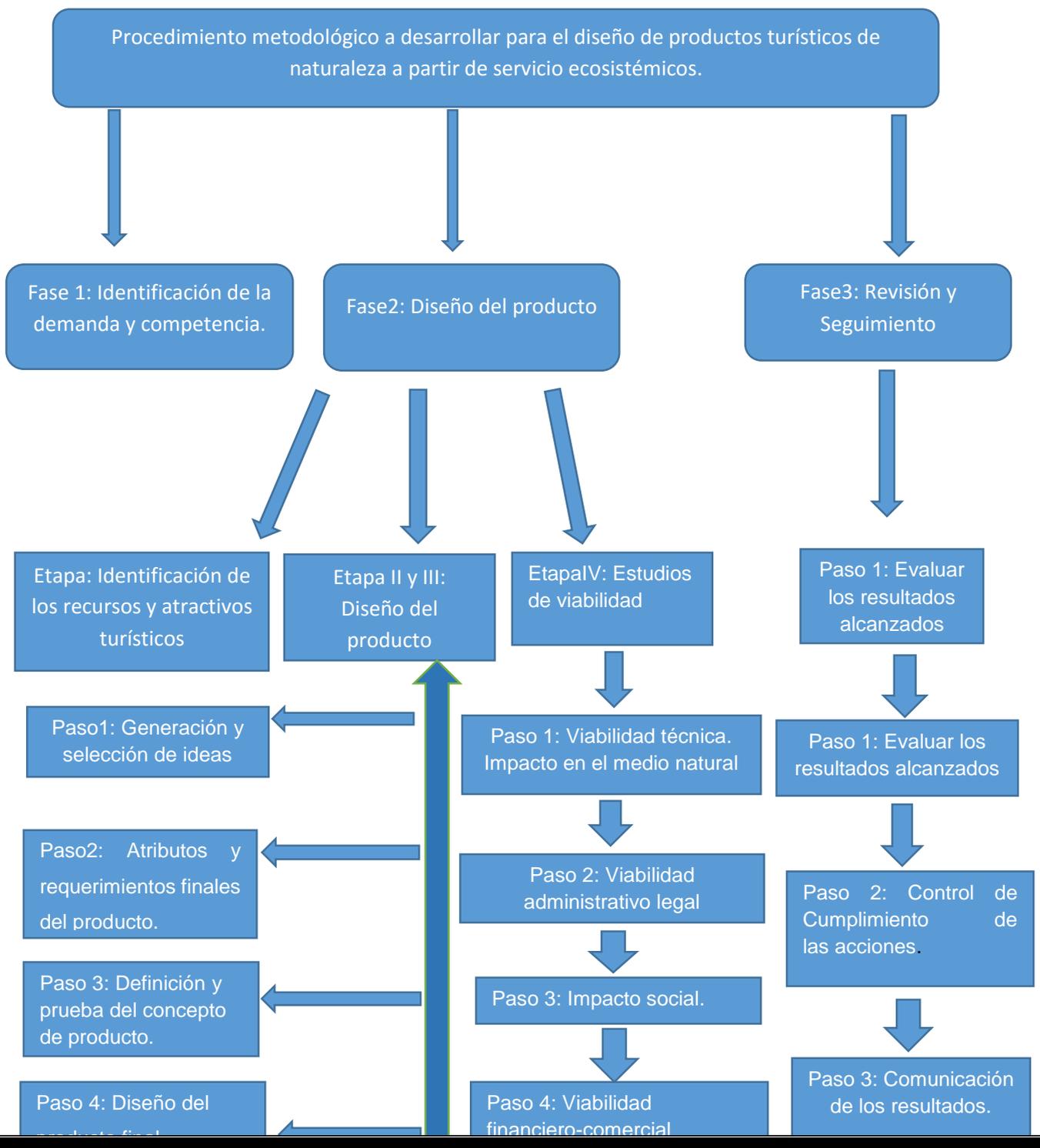
- ✓ Los cambios realizados en los ecosistemas han contribuido a obtener considerables beneficios netos en el bienestar humano y el desarrollo de productos turístico de naturaleza, donde estos productos aportan el desarrollo sostenible del turismo en sus diferentes modalidades y manifestaciones de forma responsable, por lo que se proponen diseño de productos turísticos de naturaleza para el avance científico, donde incluyan recursos con capacidad para ser transformados en productos que pueden generar el desplazamiento de clientes para consumirlos.

CAPITULO II

Procedimiento para el diseño de productos turísticos de naturaleza a partir de servicios ecosistémicos culturales en áreas naturales protegidas.

En el presente capítulo se define el procedimiento metodológico para el diseño de productos turísticos de naturaleza a partir de servicios ecosistémicos culturales en Áreas Protegidas.

Figura1: Procedimiento metodológico Fuente: Elaboración propia



Fase I: Identificación de la demanda y la competencia

El objetivo de esta fase es identificar y analizar la posible demanda que pueda consumir el producto turístico. Para entender un proyecto es necesario verificar si existe una oportunidad de mercado (Go&Govers, 2000). A partir de ello se debe realizar un análisis de la información referente a las tendencias actuales e los principales mercados emisores, su comportamiento, motivaciones, entre otros. (Ramires, O. 2019)

Existen diferentes tipos de demanda: en relación a la satisfacción se encuentra la demanda insatisfecha que es la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en años futuros, la demanda satisfecha la cual se manifiesta en el momento en que el mercado satisface todas sus necesidades con los productos existentes, demanda satisfecha saturada que es cuando el mercado está usando cantidades plenamente un producto y no admite cantidades adicionales a este y demanda satisfecha no saturada la cual se lleva a cabo cuando el mercado aparenta que están satisfecha todas sus necesidades, pero se puede hacer crecer la demanda mediante el uso de estrategias de marketing u otras ofertas especiales; con relación a su necesidad se clasifican en latente que es la necesidad de algo que no existe pero que se desearía que existiera, decreciente en la que se presenta un descenso del número de consumidores, irregular en la que se presentan oscilaciones durante un periodo de tiempo y en exceso que es cuando la demanda supera la capacidad de la oferta; en relación a su temporalidad se encuentra la demanda continua o demanda regular que se trata de productos que no dependen de la moda ,por lo que su consumo es similar a años atrás y la de ciclo o estacionalidad que es la variación predecible del comportamiento de compra que los consumidores experimentan cada cierto periodo de tiempo y en relación a su destino esta la demanda de bienes finales que no es más que el resultado de la suma de las compras de bienes y servicios realizadas por las familias y la de bienes industriales que es una demanda derivada.

Para identificar la competencia se realizan estudios o análisis ocupacionales a cargo de grupos o comités de trabajo, constituidos por personas provenientes de cuatro vertientes distintas: trabajadores, empleados, técnicos en la especialidad, y uno o más metodólogos especializados en competencia. (Pérez, G. 2013)

Fase II: Diseño del producto:

Este proceso abarca diferentes etapas:

Etapa I: Identificación de los recursos/Atractivos turísticos:

Para identificar los recursos/attractivos turísticos ha de realizarse un inventario turístico, este es el proceso mediante el cual se registran ordenadamente los factores físicos, biológicos y cultural que como conjunto de, efectiva o potencialmente puestos en el mercado, constituyen a confrontar la oferta turística del país. Proporciona información importante para el desarrollo del turismo, su tecnificación, evaluación y zonificación en el sentido de diversificarlas del desarrollo turístico.(Ceballos,2014)

Etapa II :

Paso 1 : Generación y selección de ideas

La generación de ideas es el punto clave para llevar a la organización a concretar las mejores soluciones para la problemática que atraviesa el cliente, estimulando así el pensamiento creativo divergente por parte del grupo multidisciplinario que trabaja en la formulación del producto, para generar ideas acerca de su diseño, tomando en consideración aspectos como: características, necesidades y deseos que satisface, conocimiento técnico, mercados potenciales, niveles de innovación, tendencias del mercado así como también las barreras de entrada que pueden ser vulnerables por la amenaza de nuevos entrantes.

Existen tres técnicas de generación

Estas son algunas de las metodologías y herramientas que se pueden utilizar para desarrollar habilidades creativas:

1-Mindmaps:

Los mapas mentales son una herramienta grafica que nos permite explotar el potencial de nuestro cerebro. Esta técnica nos sirve para clasificar nuestras ideas organizándolas visualmente.

2-Brainstorm o lluvia de ideas

Es una de las técnicas de creatividad en grupos más populares. El rol del coordinador de la dinámica es muy importante: debe dejar muy claro cuál es el problema a resolver, explicar cómo se realizará y cuánto tiempo habrá.

3-Storyboard o guion gráfico

Es especialmente útil cuando se trata de un proyecto gráfico o interactivo. Antes de acabar el proyecto, el storyboard nos ayuda a previsualizar las ideas principales de manera secuencial. Podemos preservarlas en diversos formatos: video, posters, etc.

(Centro Internacional Santander Emprendimiento, SISE)

Paso 2 :Atributos y requerimientos finales del producto

Los atributos de un producto son todas aquellas características que lo conforman y le aportan al consumidor alguna utilidad ; entre estas se encuentran los recursos naturales , se identifica el tipo de actividad que el turista puede realizar, se establecen los tiempos que demoraría la ejecución de cada una de ellas, estas se perciben por el visitante como tal, es decir, la capacidad de satisfacer algunas de las necesidades que tiene el consumidor

El objetivo principal de un requerimiento de producto es alinear todas las partes interesadas y crear un entendimiento compartido. La entrega exitosa de un producto o una función requiere la colaboración de varios equipos, incluidos los de ingeniería, diseño, ventas, soporte y marketing.

Paso 3 :Definición y prueba del concepto de producto

La prueba de concepto se define como un método de investigación de mercados que implica hacer preguntas a los clientes sobre sus ideas para un producto o servicio antes de lanzarlo. De esta manera, se puede medir su aceptación y voluntad de comprar y por lo tanto, tomar decisiones antes del lanzamiento, Solo los clientes pueden determinar si la idea tendrá éxito, o no, por eso es vital probarlas antes de lanzar tu producto al mercado, Los conocimientos adquiridos mediante las pruebas de concepto ayudarán a diseñar productos eficaces y exitosos. (Parra,2020)

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.

Etapa III

Paso 1: Diseño del producto

El diseño de producto se refiere a todo el proceso que ocurre para la creación de nuevas ofertas por parte de una empresa o marca. Comprende desde el análisis del problema que resuelve, pasando por su funcionamiento y materias primas, hasta la menea en que aparece a sus clientes finales. En este caso lo que mencionamos como producto puede ser un artículo físico, un software o un servicio. (Londoño,P.2021)

El producto deberá ser sometido a una prueba de mercado ante un grupo de turistas pertenecientes al segmento de mercado seleccionado como mercado meta, lo cual permitirá corregir sus posibles insuficiencias y/o hacerle aportaciones a partir de las sugerencias de los turistas. Una vez se han detectado los segmentos e mercados que ofrecen oportunidades de negocio para determinados productos, es necesario conocer las posibilidades para competir con éxito en dichos mercados, es decir definir su ventaja competitiva(Ceballos,G.2014)

Etapa IV-Estudio de viabilidad

Un estudio de viabilidad es una evaluación estructurada de la viabilidad de una nueva idea de negocio, ya sea un plan propuesto, un nuevo producto u oferta, o una nueva estrategia empresarial, su objetivo principal es determinar si se puede cumplir el objetivo del plan de forma eficaz y con una cantidad razonable de tiempo y de dinero. Este permitirá conocer las verdaderas dimensiones del producto, tanto en términos: técnicos, administrativo legal, naturales, sociales y sobre todo económicos financieros, los cuales admitirán o no la existencia y permanencia del producto.

Paso 1: Viabilidad técnica. Impacto en el Medio Ambiente

La viabilidad técnica es la condición que permite el funcionamiento del proyecto, se evalúa para determinar si es posible llevarlo a cabo satisfactoriamente y en

condiciones de seguridad con la tecnología avanzada, está constituyendo un factor de importancia ya que atiende todas las características tecnológicas y toda su relación con el exterior en la complementación del producto.

La evaluación del impacto ambiental es un proceso administrativo que se debe tener en cuenta para diseñar cualquier producto e involucra el análisis científico y técnico para identificar y predecir cuales efectos causara sobre el medio ambiente una actividad. El procedimiento cuantifica y pondera los defectos para determinar la toma de decisiones

Paso 2: Viabilidad administrativo legal:

Se refiere al análisis del marco legal en cuanto al proceso de gestión del producto, las obligaciones fiscales que contrae y la obligatoriedad de respetar las regulaciones al respecto del uso y explotación del espacio natural o del recurso/ atractivo cultural de que se trate.

Paso 3 : Impacto social

El objetivo consiste en verificar el impacto que en el orden social tiene la puesta en práctica del nuevo producto, han de manejarse indicadores como generación de nuevos empleos, beneficios para los habitantes de la localidad, distribución de los beneficios del turismo, entre otros.

Paso 4: Viabilidad económico-financiero-comercial

Un plan de viabilidad económico-financiero es un estudio de las posibilidades que tiene un proyecto de salir adelante, desde el punto de vista de la economía de la empresa. Su objetivo consiste en evaluar los resultados económicos financieros que posee el proyecto para así saber la rentabilidad de la inversión que se desea desarrollar.

Se considera oportuno adicionar a los análisis de viabilidad, el comercial, el cual está enfocado a verificar si el producto que se ha diseñado se corresponde o no con las expectativas de los turistas. Para evaluar el atractivo de mercado resulta necesario aplicar una serie de instrumentos que contribuyen al juicio sobre el posible éxito del producto; resulta útil el empleo de matrices tales como, DAFO

Fase III: Revisión y seguimiento.

El propósito del seguimiento y la revisión es asegurar y mejorar la calidad y la eficiencia del diseño, la implementación y los resultados obtenidos. El seguimiento continuo, la revisión en la gestión del riesgo y sus resultados deberían ser una parte planificada del proceso de la gestión, con responsabilidades claramente definidas, para así medir la efectividad del diseño de los productos turísticos de naturaleza; analizar las decisiones tomadas y los resultados alcanzados para que el nuevo ciclo de implantación permita el alcance de las nuevas metas que el Área Protegida se proponga; comunicar a los trabajadores y demás actores externos y autoridades competentes a través de diferentes canales de comunicación los resultados de la evaluación del proceso de diseño de productos turísticos; promover los resultados del propio diseño en exposiciones y eventos ambientales, y de otra índole donde participen los recursos humanos del Área Protegida.

Paso 1 : Evaluar los resultados alcanzados

Permite obtener informaciones y analizar el cumplimiento de las propuestas para cada uno de los objetivos específicos de su programa, su eficiencia y su eficacia para así obtener conclusiones sobre el desarrollo del programa, además identificar, analizar y obtener conclusiones que permitan retroalimentar la gestión del programa, y proyectos. Esta evaluación de resultados concluye con un informe de evaluación permitiendo identificar la efectividad, validez y la eficiencia del programa y sacar conclusiones para futuros programas o proyectos.

Paso 2: Control de Cumplimiento de las acciones.

El control de cumplimiento es el encargado de velar por que los controles implantados para minimizar o eliminar riesgos(mitigar) se continúen desarrollando exitosamente, asegurando de esta forma el adecuado funcionamiento de todas las actividades planteadas en el programa.

Paso No.3: Comunicación de los resultados.

Los resultados de una investigación se pueden mostrar de diversas formas como son: a través de la prestación de comunicaciones orales, pósteres, conferencias, publicaciones, encuestas a los clientes o trabajadores del centro, entre otras. Esta se puede llevar a cabo de forma verbal o escrita, la escrita se logra precisamente mediante la redacción de artículos científicos.

Conclusiones parciales

- ✓ La encuesta y la generación de ideas fueron esenciales en la identificación de los servicios ecosistémicos de la entidad objeto de estudio.
- ✓ Para el desarrollo de la investigación se conformó un hilo conductor, donde se introduce la fase de Control y Seguimiento.

CAPITULO III

Aplicación del procedimiento para el diseño de productos turísticos de naturaleza a partir de los servicios ecosistémicos culturales en el Paisaje Natural Protegido "Valle Río Canímar".

En este capítulo nos proponemos de manera general obtener los resultados finales de la investigación, con el objetivo de minimizar el problema propuesto y brindarle una posible solución, todo esto es posible si se le da cumplimiento a la metodología propuesta en el Capítulo II.

Procedimiento Aplicado.

Fase I: Identificación de la demanda y la competencia

Para determinar la demanda se aplicó una encuesta en el parque turístico "La Arboleda", la cual aparece posteriormente en el anexo 4, con el propósito de determinar además de las inquietudes y expectativas del visitante, identificar productos turísticos potenciales que pudieran adherirse a la cartera de productos ofertados en el área. Para la realización de la misma, se seleccionó una muestra de 20 comentarios realizadas a turistas nacionales e internacionales, a través de la cual se obtiene como resultado que el instrumento es fiable porque el alfa de Croubach es de 0.913 mayor a 0.6 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, según el nivel de preferencia prefieren el Canopy como nuevo servicio muy preferido con un 65%, preferido el 15%, medianamente preferido el 15% y poco preferido el 5%, el 25% selecciona que se podría explorar más en el senderismo, con un 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% siendo uno de los servicios que atrajo poca atención al cliente, con un 15% preferido, 35% medianamente preferido y 50% poco preferido

El 50% de los clientes son internacionales y el otro 50% nacionales, de estos el 56% son mujeres y el 35% hombres, de ellos el 20% oscila entre 18 y 35 años, el 20% entre 36 y 50, el 40% entre 51 y 64 años y solo el 10% son mayores de 65.

El 15% de los visitantes reconocieron la existencia del lugar por redes sociales, el 35% por recomendación y el 50% por Agencias de Viajes. Los clientes entrevistados prefirieron realizar durante su visita al parque diferentes actividades donde un 20% realizaron todas las actividades, un 50% cabalgata/deporte y actividades acuáticas/almuerzo respectivamente o restaurante/batera, un 15% Cabalgata/deporte y actividades acuática/almuerzo en el restaurante/tiro con arco, 20% prefiere cabalgata/deporte y actividades acuática/almuerzo en el restaurante, un 10% prefiere deportes y actividades acuáticas/batera, un 5% cabalgatas/almuerzo en el restaurante/batera, 10% deportes y actividades acuáticas /almuerzo en el restaurante y el 5% prefiere cabalgata.

En el anexo 5 se observan algunas imágenes del área

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 recomendaran los servicios prestados a familiares y amigos, además el 100% de los visitantes consideran que el Parque Turístico cumple con las medidas de cuidado del medio ambiente.

Determinar el nivel de competencia en cualquier desarrollo económico es fundamental, en este caso el área cuenta con diversas áreas protegidas que le son de competencia a esta entre las cuales podemos mencionar:

_La Reserva Ecológica de Varahicacos, en la que se encuentran las ruinas salinas más antiguas de Cuba y es un excelente lugar para el avistamiento de aves tanto terrestres como acuáticas. También se ofrecen recorridos guiados (senderismo) a diferentes puntos de interés en la zona.

_Parque Josone, se encuentra ubicado en Varadero donde existe una variada oferta de productos gastronómicos, de ocio y esparcimiento; ofrece además

facilidades para deportes náuticos, piscina, venta de artesanía y facilidades para la realización de cenas, banquetes y gala.

_Las Cuevas de Bellamar, las cuales son consideradas una de las cuevas más espectaculares del carso 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.

_La Laguna de Maya al nordeste de Matanzas y posee gran cantidad y diversidad de especies en la zona, muchas de ellas endémicas de Cuba y de la región. También hay bar, restaurante rustico, alquiler de botes y caballos, y existe un sendero ecológico de unos 3Km de longitud hasta las Cuevas de Saturno.

Fase II: Diseño del producto

Etapa I: Identificación de los Recursos/ Atractivos turísticos

En el área se distinguen los valores estéticos –escénicos de sus paisajes, lo que se consideran uno de sus grandes atractivos. Son excelentes las visuales paisajísticas que exhiben estas abruptas pendientes del abra fluvial, no solo por sus impresionantes afloramientos rocosos sino también por la variada vegetación que con curiosas adaptaciones ecológicas se desarrolla sobre estos farallones sin sustrato de suelo.

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 y abarca desde las primeras culturas aborígenes, pasando por la etapa colonial hasta la actualidad. El AP "Valle del Río Canímar" constituyó un ecosistema natural favorable para los diferentes asentamientos aborígenes que allí se establecieron, con importantes recursos terrestres, marinos y fluviales. En aquella época reinaban en el lugar los paisajes naturales.

La presencia de un gran número de cavernas y cubierta rocosa en la geomorfología del área es otro elemento natural a destacar, utilizados como sitios de habitación, ritos o enterramientos

Según el PM 2022-2027 en Valle Rio Canimar Algunos de los sitios más significativos son

- Sitio arqueológico Canímar Abajo (Cementerio Aborigen -Monumento Nacional): Es el sitio arqueológico más importante del área protegida. Es el mayor sitio funerario de Cuba y Las Antillas, donde se han exhumado 213 esqueletos (83 adultos y 130 subadultos) (Rosando et.al., 2015), de ellos 131 in situ. Los fechados radio carbónicos en restos óseos humanos revelan una antigüedad de 2340 a.n.e, lo que hacen de Canímar Abajo el sitio funerario más antiguo de toda el área de las Antillas Mayores.
- Las investigaciones en el yacimiento han cambiado la visión existente sobre estas poblaciones tempranas en la Isla. Uno de los resultados más significativos se relaciona con la alimentación de estos grupos reconocidos como pescadores-recolectores-cazadores, que en Canímar Abajo consumieron frijol, maíz, zamia y boniato, entre otras plantas (Chinique de Armas et. al., 2015), demostrando así el cultivo de plantas a pequeña escala y su consumo, antes del arribo de los grupos agricultores ceramistas (Chinique de Armas y Rodríguez Suárez, 2012).
- Sitio Playita: Identificado como paradero, el estudio de la lítica del yacimiento determinó la técnica microlítica Playita ejecutada a partir de la fragmentación laminar, y en menor medida de lascas, para la obtención de preformas microlíticas (<2cm) sobre las que se confeccionaron herramientas mediante el retoque secundario como las puntas de proyectil y perforadores que indicaron el desarrollo de una economía de caza combinada con la explotación de manglares (Febles, 1982). Dicho resultado, fundamentó las primeras hipótesis migratorias para el arribo de estas comunidades a la Isla procedentes del sureste de Los Estados Unidos (Mississippi-Florida-Cuba). En el sitio se ubicaron, además, material de concha y ocho fragmentos de cerámica simple. El lugar es una zona de acumulación donde brota un manantial.
- Solapa y Cueva de los Cristales: En ambas cavidades (solapa y cueva) se han encontrado evidencias de ocupación humana y su uso como cueva funeraria. Los restos exhumados correspondieron a dos subadultos y cuatro adultos; y algunos huesos dispersos. En este lugar el Dr. Ercilio Ventó

Canosa identificó, por primera vez en Cuba, las lesiones típicas de la treponematosi. Se reportaron, además, herramientas de piedra tallada (raspadores, raederas y laminillas) y no se localizó ningún artefacto de concha. (Hernández Godoy, 2001; Vento Canosa, 2014). El lugar precisa mayor protección. En la actualidad está prohibido su acceso por la posibilidad de contraer la histoplasmosis provocada por el guano del murciélago.

- Cueva Los Perros: es una cueva funeraria donde se halló el primer cráneo con la deformación fronto occipital tabular oblicua del área arqueológica. Debe su nombre a la localización de restos óseos de perro que se presume que sean de perros mudos que convivían con los pobladores originarios.
- Cueva El Buren: nombrada así por la cantidad de fragmento de burenes localizados. Este objeto de barro confeccionado por los pobladores originarios se utilizó en el proceso de fabricación del casabe (pan de yuca).
- Cueva Las Cazuelas I, II y III: Son cuevas donde se han encontrado evidencias. En Cazuela I se halló un entierro múltiples de seis adultos y tres subadultos rodeado de una elipse de piedras colocadas intencionalmente, con dos cazuelas de barro con restos de comida. Estas fueron encontradas en la parte sur del entierro y a 7 m del mismo; una de ellas completa con adornos zoomorfos y otra hecha pedazos colocada debajo de la grande. También se ubicaron restos de animales pleistocénicos. En Cazuela II o cueva La Trampa se hallaron fragmentos de cerámica al igual que en Cazuela III.

Anexo3: Clasificación de los bienes y servicios con los que cuenta el área protegida

Etapa II-III: Diseño del producto

Paso No. 1: Generación y selección de ideas

A través de los datos obtenidos por la encuesta aplicada en el Parque Turístico "La Arboleda" donde ya se encuentran definidos los productos turísticos potenciales, se

seleccionó como producto a diseñar el senderismo, debido a que los datos de la encuesta ubicaron a este producto como uno de los preferidos por el cliente con un % de las encuestas realizadas.

Paso No. 2: Atributos y requerimientos finales del producto

El turista de senderismo, de acuerdo con su grado de involucramiento, percibe en la naturaleza una fuente importante de placer y felicidad, quedando atraído por el medio que visualiza.

De ahí la existencia de atributos para el desarrollo de esta actividad entre los cuales juega un papel primordial el escenario escénico –natural, en ella se incluye la limpieza y preparación del área donde se va a desarrollar ya que el paisaje constituye el principal factor a tener en cuenta, por lo que debe tener una belleza capaz de atraer a cada visitante, dejando en sus recuerdos una exquisita combinación de conocimientos culturales, artísticos y naturales satisfaciendo así sus necesidades y expectativas.

Además, es muy importante la existencia de señalizaciones de fácil visibilidad en diferentes espacios del recorrido para evitar para evitar el desvío inadecuado del visitante. Se puede ofrecer un mapa visual del sendero para que el senderista sepa su ubicación en todo momento.

Hay elementos que no pueden faltar en la práctica intensiva de esta actividad, algunos de estos son:

- Mochila de telking
 - Ropa técnica
 - Plano de ruta del senderismo
 - Brújula
 - Botas especiales
 - Bastón de trekking
- Agua y comida

Paso No. 3: Definición y prueba del concepto de producto

Para la prueba de concepto, se analizó el Área Protegida como Grupo de interés, debido al importante papel que desempeña en la implementación y control de la oferta, resultando la de mayores beneficios económicos ,además ,se debatió con la comercial las potencialidades de los distintos lugares pendientes de análisis para incluir la oferta ,visitando esos lugares y de esta forma obtener información sobre su demanda, nivel de profesionalidad de sus recursos humanos, precio ,logrando de esta manera una retroalimentación que permita la obtención de datos relevantes para esta prueba de concepto. Posteriormente a estos análisis se decidió que es factible la aplicación del producto propuesto, a pesar de que elementos como el estricto cumplimiento de los horarios, así como es adecuado estado de los atractivos deben ser exigidos para el correcto desarrollo del producto. Además, se puede complementar el producto con la venta de artesanías o comida en el momento que acabe el producto turístico.

Paso No. 1: Diseño del producto.

Gracias a una serie de investigaciones se pudo comprender que al turista no le basta con observar el paisaje de manera estática, sino que siempre permanece el interés de observarlo a través de una caminata. Es por ello la necesidad de confeccionar o brindarles la oportunidad de desarrollar el senderismo, el cual le permite la oportunidad de observar un sinnúmero de atributos que conforman el entorno.

Existen diferentes tipos de senderos: corto y largo recorrido

- Los senderos de gran recorrido son los que tienen más de 50 Km de longitud y se desarrollan en dos etapas o mas
- Los senderos de pequeños recorridos, los cuales tienen menos de 50Km por lo que se pueden recorrer en una jornada
- Los senderos locales tienen menos de 10 Km
- Los senderos europeos, que son grandes recorridos que transitan por más de tres países del continente y no tienen en cuenta señalización especial

Como se menciona con anterioridad esta actividad es una forma específica de caminata, por lo que también se necesita cierto equipamiento especializado en dependencia de la ruta y la modalidad que el cliente desee practicar como es: es

protección solar, mapas, brújulas, guías, equipos de acampada en los que se incluyen las tiendas de campaña, saco de dormir, estufa de camping, entre otras, herramientas y accesorios para trekking. La adecuada selección y uso de equipamiento es de vital importancia para el disfrute de la actividad, especialmente cuando estas aventuras son fuera de del lugar de origen del cliente ya que no está familiarizado con el lugar.

Para la creación del sendero se deben tener desarrollar una serie de actividades como:

Para escoger el lugar:

Hacer un recorrido por el área donde se piensa construir el sendero, para asegurarse que pasa por sitios de interés para el visitante, que las condiciones del terreno estén en buen estado, evitando cualquier tipo de peligro, que no afecte el hábitat de los animales, y que comienza y termina en el mismo lugar

Desarrollar un croquis o mapa del lugar deseado

Caminar por la ruta que se propone con el objetivo de asegurarse que no cause impacto ambiental y sea por lo tanto la mejor ruta propuesta

Después de tener en cuenta esos aspectos y analizar toda esa información: planificar donde y como lo va a construir

Empezar el sendero donde los visitantes puedan encontrar facilidad

Elementos para desarrollar el proyecto:

En caso de que pase por un terreno con pendiente, deben hacerse inclinadas deben hacerse hacia afuera y con el talud reducido ara que el agua corra fuera y no por sus rutas

Su orilla exterior debe ser alineada con rocas o troncos para evitar que se erosione a los lados

Cuando su material no es muy duro, como es el caso de la arena se debe cubrir con piedras o palos para fortalecer su resistencia

No se debe construir en terrenos con mucho declive porque la lluvia correrá con más fuerza hacia el punto más bajo y el suelo se lavará

En caso de que se quiera construir para subir a una inclinación montañosa se debe seguir la ladera o los bordes de la montaña por su parte menos inclinada.

Nombre del producto: Senderismo con espeleoturismo blando

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

Atractivos que se visitan: Restaurantes de comida criolla, "Ranchón La Alboleda", "Ranchón Manantial", paseos a caballo, alquiler de medios náuticos (kayak, bicicleta acuática y botes), lancha con un guía hablándole a los botes acerca del entorno natural y explicándoles muy brevemente la historia del área, batera y tiros con arco.

Atractivos naturales: autoconsumo familiar, los cuales en estos momentos no están en explotación y la visita a las ruinas naturales "El Tumbadero".

Tiempo del recorrido: por definir

Capacidad: por definir

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 la oferta a cinco veces en semana

- podrán empezar con una guía acerca del surgimiento del producto, así como una charla que incite al cliente a desarrollar esta actividad
- se comienza con el recorrido primeramente por la observación a lo largo del río donde transmite una agradable sensación de aislamiento relativo y después por la ruina del tumbadero, observando las canteras donde se extrajo material donde fueron construidas gran parte del lugar
- fin de la actividad, donde se le regalara a cada cliente una foto para que recuerde su estancia en el lugar

Beneficio del producto: El sendero le permite al área ampliar la oferta de servicios y experiencias en espacios naturales en La Alboleda, 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 acoge a los visitantes y al sector económico en general. Para el desarrollo de esta actividad la empresa cuenta con un equipo de instructores calificados y con total dominio del inglés como segundo idioma ,se cuenta con el dispositivo de micrófono para uso del instructor para garantizar una mayor comodidad tanto para el especialista como para los clientes que lo visitan lo que propicia que el mensaje llegue de mejor forma a estos últimos.

Etapa IV. Estudios de viabilidad

Esta etapa permitirá conocer las verdaderas dimensiones del producto, tanto en términos técnicos, administrativos legales, naturales, sociales y sobre todo económicos financieros, los cuales admitirán o no la existencia y permanencia dl producto

Paso No. 1: Viabilidad técnica. Impacto en el medio natural

La viabilidad técnica se ve reflejada a través de los requerimientos del producto argumentado en la etapa II-III; el cual se ve reflejado en el plan de manejo 2022-2027, donde se debatió en encuentros sostenidos en la Empresa Flora y Fauna con el Grupo de Ecovalor, en varios intercambios con los estudiantes y profesores integrantes del grupo.

Descripción de impactos ambientales

Compactación y aislamiento del suelo:

Los dos impactos son negativos ya que por el transito fuerte de personas provoca la compactación del suelo haciendo que este pierda su fertilidad, además esto podría ocasionar erosiones tanto hídrica como eólica.

Incrementos de desechos sólidos:

Es un impacto negativo que se refleja en la contaminación del suelo por arrojar desechos sólidos a él, pudiendo ser estos orgánicos e inorgánicos los mismos que

son generados 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 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 muchas especies de animales.

Perturbación del hábitat de fauna:

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

Paso No. 2: Viabilidad administrativo legal

El área se reconoce a propuesta de la COMARNA, desde 1984, mediante el Acuerdo 235 del Comité Ejecutivo Provincial como un Área Natural Turística, posteriormente se presentó una nueva propuesta por la Unidad de Medio Ambiente al Consejo de la Administración Provincial en febrero de 1997, lo que consta en el acuerdo 17. En 1999 la empresa forestal Integral de Matanzas, hace traspaso de tendencia a la tierra en la zona del Rio Canimar a la empresa provincial de Flora y Fauna.

Atendiendo a su connotación se ratifica el área desde el 2002 como de significación local, con la categoría de Paisaje Natural Protegido y propuesto para su administración a la Empresa Nacional para la protección de flora y fauna en el territorio de Matanzas. Aprobada según el Acuerdo 4262 del 18 de diciembre del 2001 y la Resolución 1254 del 2015. (PM 2022-2027 en Valle Rio Canimar)

Esta área aplica en su política legal la norma ISO 14001. La aplicación de la ISO al sistema de gestión, aporta grandes beneficios a las organizaciones tales como el ahorro de sus costos, posibilita identificar la utilización de los recursos y las deficiencias además de posibilitar el marco de trabajo con el poder de evaluar las distintas oportunidades y posibilidades (García 2020)

Paso No. 3: Impacto social

El desarrollo del senderismo con espeleoturismo blando como actividad turística favorecen las condiciones sociales propiciando la cohesión social y reduciendo al mismo tiempo el abandono del medio rural, permitiéndole al visitante descubrir todos aquellos recursos naturales y culturales que se encuentren en el parque turístico contribuyendo de esta forma económicamente a la mejora y conservación del área. Todo ello debe estar acompañado de una estricta disciplina medio ambiental que deben tener presente los visitantes del área que realicen la actividad para así evitar indisciplinas sociales que el deterioro y la contaminación del área ya que un medio ambiente lo más preservado posible constituye una de las condiciones previas más importantes para el bienestar del hombre.

Paso No. 4 Viabilidad económico-financiero-comercial

Análisis matricial para el diseño del producto turístico de naturaleza (Matriz DAFO)

Fortalezas

- Atractivos naturales de singular belleza y excelente estado de conservación
- Confluencia de administraciones de varias provincias con intereses turísticos
- Adecuada infraestructura tanto de alojamiento como gastronómica y recreativa
- Comportamiento satisfactorio de indicadores turísticos

Debilidades

- Insuficiencias de comercialización
- Poca diversidad de opciones turísticas
- Deficiente estado de las vías de acceso
- Lentitud en decisores para aprovechar las potencialidades del lugar

Amenazas

- Insuficiencia en estructuras de comercialización del turismo de naturaleza
- Vulnerabilidad ante la presencia de fenómenos naturales y meteorológicos
- Fuerte competencia de productos de naturaleza en la región
- Barreras legislativas que afectan el crecimiento del turismo de naturaleza

Oportunidades:

- Incremento del turismo nacional

- Creciente interés por el turismo de naturaleza en Cuba y en el mundo
- Reconociendo de la calidad del lugar por comercializadores y clientes
- Incremento de las alianzas estratégicas

Fase III: Revisión y seguimiento.

Paso No.1: Evaluar los resultados alcanzados

Paso No.2: Control de Cumplimiento de las acciones.

Paso No.3: Comunicación de los resultados.

La presente tesis representa una propuesta de un nuevo producto turístico a ser aprobada por la Dirección de la empresa Flora y Fauna y el Ministerio de Turismo (MINTUR) por lo que esta fase se aplicaría una vez aprobado y desarrollado el producto.

Conclusiones parciales.

- ✓ En el presente capítulo se ha realizado el Diseño de un nuevo producto turístico de naturaleza a partir de servicios ecosistémicos con los que cuenta el Paisaje Natural Protegido Valle Río Canimar considerando la metodología utilizada a nivel internacional y el procedimiento propuesto.
- ✓ Se refleja claramente los beneficios que trae para el área la aplicación y puesta en práctica de esta propuesta de investigación al incorporar a su cartera nuevos productos turísticos que serían de gran atractivo.

CONCLUSIONES

1. El enfoque ecosistémicos, y la valoración económica de los bienes y servicios ecosistémicos se viene desarrollando con gran fuerza en las últimas décadas debido a la importancia que posee llegando a convertirse en una filosofía de trabajo relevante en la actualidad, todo esto demuestra la importancia de la sistematización de los conceptos y categorías relacionadas con dicha disciplina, pues debe contribuir y servir de base al uso y conservación de las áreas protegidas y su vinculación con las ciencias económicas tributa a la toma de decisiones.
2. El procedimiento metodológico diseñado en la presente investigación compuesto por 3 fases y 4 etapas cada una con sus respectivos pasos en el que se utilizan diversos métodos y técnicas, entre ellos, la revisión de documentos, encuestas aplicada a los clientes del área, y el análisis de la matriz DAFO, permitió presentar metodológicamente una propuesta de cómo diseñar un producto turísticos de naturaleza a partir de servicios ecosistémicos en el Paisaje Natural Protegido "Valle Río Canímar".
3. Con la propuesta del procedimiento se realiza el diseño de un producto turístico de naturaleza que llevará al Área Protegida hacer un punto de referencia, gracias a las impresionantes vistas de sus sitios turísticos, y la aceptada demanda de los productos que ofertan, ya que el diseño de un senderismo lleno de atractivos incrementara favorablemente sus ganancias siendo estas mayores que los costos en que incurre

RECOMENDACIONES.

- Se recomienda una mayor cuantificación de lo que representan los productos turísticos de naturaleza, para poder llegar ampliar la oferta turística del Área Protegida.
- Se recomienda seguir el curso del diseño de productos turísticos de naturaleza a partir de servicios ecosistémicos culturales en esta área objeto de estudio y llegar a una metodología de valoración.

BIBLIOGRAFÍA

- ✓ Ávila, Barrado, et al, 2005 Universidad Autónoma de Madrid y ANTAR Taller de Estrategias Creativas
- ✓ Álvarez, I. 2019. Tesis en opción al título de Licenciatura en Economía. Diseño de productos turísticos integrados. Universidad de Matanzas Camilo Cienfuegos
- ✓ Avoce, P. 2011. Teis de Maestría de Gestión Turística. Comercialización turística. Diseño de Productos Turísticos Integrados "Parque Turístico Rio Caminar "Universidad de Matanzas Camilo Cienfuegos
- ✓ Comisión Económica para América Latina y el Caribe - CEPAL (2021). Construir un futuro mejor: Acciones para fortalecer la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible, CEPAL.
https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/46682/S2100125_es.pdf?sequence=6&isAllowed=y

- ✓ Cuenca, M.2001.Pespectiva de nuevos hábitos en ocio y turismo .Congres de Turisme de Catalunya .Tarragona
- ✓ Chávez, M, eat al.2019. Investigaciones Turísticas. Prospectiva del turismo de naturaleza en la costa de Jalisco. Investigaciones Turísticas
- ✓ Ceballos, G.2014.Revista Retos. Procedimientos metodológicos de diseño de `productos turísticos para facilitar nuevos emprendimientos.
- ✓ Estrada, Claudia, et al,2017.VI Conferencia internacional de Ciencias Empresariales, VII Taller interna de Hotelería y Turismo. Diseño del producto turístico rural finca "Rancho Paraíso" como iniciativa de desarrollo local
- ✓ Elizabeth, M.2015. Servicios ecosistémicos con potencial turístico del parque nacional Archipiélago Espíritu Santo, México. Universidad de Quintana Roo Cozumel
- ✓ Escriche, M.2020. Evaluación de los recursos paisajísticos e históricos para el desarrollo del turismo de naturaleza en las zonas de uso público del Parque Nacional Pico Bayamesa. Cuba. Investigaciones Turísticas
- ✓ Galván, A, et al, 2019.Revista Universidad y Sociedad. Valoración Económica de Bienes y Servicios Ecosistémicos en Montañas de Guamuaya, Cienfuegos
- ✓ González, F. 2003. Efecto simultáneo del aprendizaje y la vivencia en la experiencia turística. Un enfoque, en CIDTUR, Evolución y Tendencias
- ✓ Hernández, V. 2021.Trabajo de Diploma en opción al título de Licenciatura en Turismo. Propuesta de un procedimiento metodológico para el diseño de un producto turístico de buceo en el Campismo Popular "Faro Maya. Universidad de Matanzas
- ✓ Hidalgo, N. 2021.Revista Científica Multidisciplinar.El método de valoración contingente para medir los servicios ecosistémicos. Universidad Cesar Vallejo. Ciudad de México
- ✓ Haid, M., y Albrecht, J. N. (2021). Sustainable tourism product development: An application of product design concepts. Sustainability, 13(14), 7957. <https://doi.org/10.3390/su13147957>
- ✓ Londoño, P.2021.Diseño de productos: Proceso y etapas para un resultado exitoso.

- ✓ Machado, E.2013.Revista digital para estudiantes de geografía y ciencias sociales. Integración y diseño del producto turístico. Aplicado a la región central del destino Cuba. Centro de estudios turísticos de la facultad de Ingeniería Industrial y Turismo. Universidad Central de "Marta Abreu" de las Villas
- ✓ Matos, H.2007.Turismo, Complete su conocimiento. Libro electrónico
- ✓ Marrero, M, et al, 2022.Revista Universidad y Sociedad. La valoración económica de los servicios ecosistémicos culturales. Caso bahía de Matanzas.
- ✓ Organización de las Naciones Unidas, 2022. Los servicios ecosistémicos y biodiversidad.FAO-ESBafai.org
- ✓ Parra, A, 2020.Encuestas / Investigación de mercado. ¿Qué es una prueba de concepto?
- ✓ PM 2016-2021 en Valle" Rio Canimar"
- ✓ Pérez, G.2013.Identificación y diseño de las competencias laborales en el Sistema Nacional de Salud. Vol. 27. No1
- ✓ Pérez, M.2020. "Procedimiento MEPROTUR en el diseño de un producto de turismo de naturaleza y salud. Cuba", Revista Turydes: Turismo y Desarrollo
- ✓ Rodríguez, D, Et al. 2002, ORDENAMIENTO TERRITORIAL "PARQUE CANIMAR
- ✓ Ramírez, E. 2018.Tesis en opción al título de Licenciatura en Turismo. Diseño de un producto turístico de interpretación del patrimonio en áreas protegidas del Municipio de Matanzas
- ✓ Ruiz, F, et al.2020. Revista Interamericana de Ambiente y Turismo. Turismo de naturaleza en el extremo meridional de la Península de Brunswick (Patagonia, Chile): de la improvisación a la planificación.
- ✓ Ramírez, O.2019.Artículos destinados a la sección miscelánea. Propuesta metodológica para la generación de Productos Turísticos a partir de la comunidad local.8618 versión impresa ISSN 1390-6291
- ✓ Sagarra, J. 2007. Tesis en opción al título de Licenciado en Turismo. Procedimiento para la evaluación del desempeño del Producto Turístico de Naturaleza Boca – Guamá.

- ✓ Torralbo, J. 2019.Trabajo de Fin de Grado. El turismo en España: Evolución Creciente, mayo 2019.Universidad de Jaen
- ✓ Trang, Thi. 2018.Tesis en opción al título de Licenciatura en Turismo. Evaluación del impacto ambiental en el Refugio de Fauna Laguna Maya Universidad de Matanzas "Camilo Cienfuegos"

ANEXOS:

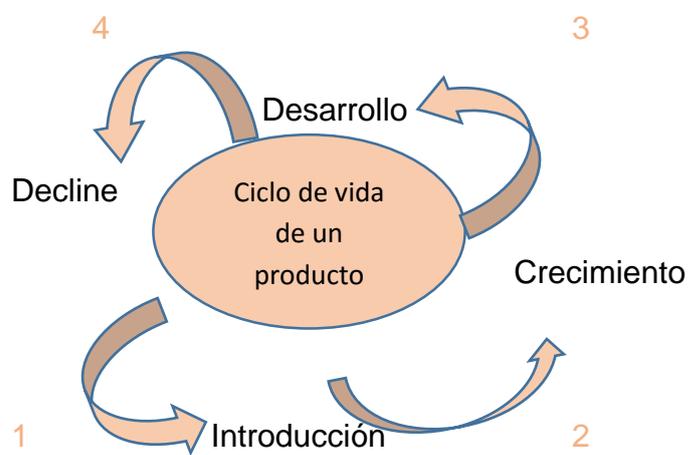
Anexo1:

Fuente: Elaboración propia



Anexo2: Ciclo de vida de un producto

Fuente: Elaboración Propia



Anexo3: Los diversos bienes y servicios que se encuentran presentes en la zona, se pueden clasificar en:

Categorías	Bienes y Servicios presentes en la zona
Aprovisionamiento	Tiene en cuenta el agua del rio puede ser utilizada para desarrollar diversas actividades manantiales y en el área del bosque semideciduo existen gran diversidad de especies con potencialidades forestales, las cuales son altamente cotizadas por los valores que poseen para diversos fines.
Regulación	El bosque de mangle permite la protección del suelo para evitar la erosión, su función es natural, no se explota, provee refugios a las especies y sirve como barrera ante la ocurrencia de eventos externos. El Bosque de galería garantiza la protección del rio
Apoyo/Soporte	La gran diversidad que existe en la zona le sirve de hábitat para diferentes especies. El bosque de mangle sirve de refugio para diferentes especies de fauna

<p>Culturales</p>	<p>El área se distingue por los valores estéticos escénicos de sus paisajes, que se consideran entre sus grandes atractivos</p> <p>Observación de aves y otras especies de la flora y de la fauna que se realizan en el sendero solapas de Canimar, donde existe una considerable biodiversidad</p> <p>El desarrollo histórico cultural del área vinculada con el río es uno de los más ricos y variados de la costa norte de Matanzas</p> <p>Numerosos estudios se han realizado y actualmente se realizan en el área protegida sirviendo de información científica</p> <p>Existen 12 sitios arqueológicos, destacándose el Cementerio Aborigen (Monumento Nacional), Cueva Los Perros, Sitio Playita, Cueva de Los Cristales, entre otros, lo cual le confiere al área protegida un sitio excepcional dado por la autenticidad de los valores patrimoniales existentes, que lo definen como un paisaje cultural, histórico y arqueológico único</p>
-------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Anexo4: Encuesta aplicada en Área Protegida La Arboleda”

Como parte del presente trabajo de investigación que busca asegurar la total satisfacción de los clientes del Parque Turístico” La Alboleda “, lo invitamos a tomar parte de esta breve encuesta. Le agradecemos por su visita y esperamos responda con confianza. Gracias de antemano por su atención

1-Podria indicarnos. ¿Cómo usted reconoce la existencia del Parque Turístico “La Alboleda “?

___Redes Sociales ___Pagina WEB ___Recomendación amigos/conocidos
___Deportes Actividades ___Otros medios

¿Cuáles? _____

2-Podria indicarnos que actividad ha realizado durante su visita al parque

___Cabalgata ___Deportes/Actividades ___Almuerzo en el restaurante

Otras _____

3-Podria expresar su grado de satisfacción general con respecto a estos servicios utilizados? Evalúe los mismos a partir de la siguiente escala (1) Completamente Insatisfecho (2) Insatisfecho (3) ni insatisfecho ni satisfecho (4) Satisfecho y (5) Completamente satisfecho. Indique además el nivel de importancia del servicio ofrecido por el parque en una escala que va desde (1) Muy poco importante a (5) Muy importante

Servicios

Nivel de satisfacción

Cabalgata

Deportes/Actividades acuáticas

Almuerzo en restaurante

Tiro con arco

Batera

4-Si pudiera agregar un nuevo servicio ofrecido por el Parque Turístico "La Arboleda", ¿Cuál sería?

___ Canopy ___ Senderismo ___ Visita/recorrido a lugares con interés arqueológico

___ Otro (especifique)

5- ¿Podría usted indicar el orden de preferencia con respecto a nuevos servicios si fuesen ofertados por el Parque Turístico "La Arboleda"? Evalúe el nivel de preferencia en una escala que va desde 1 más preferido hasta 5 menos preferido

Servicios

Orden de preferencia

Canopy

Senderismo

Visita/Recorrido a lugares con interés arqueológico

Bungee Jumping (Salto con liana desde una altura elevada)

Otro

6- ¿Podría indicarnos si utilizaría nuevamente los servicios prestados por el Parque turístico "La Arboleda"? Evalúe en la siguiente escala ___ (1) seguro que si ___ (2) probablemente si ___ (3) indeciso ___ (4) probablemente no ___ (5) seguro que no

7- ¿Podría indicarnos si usted recomendaría los servicios prestados por el Parque Turístico "La Arboleda"? Evalúe en la siguiente escala: ___ (1) seguro que si ___ (2) probablemente si ___ (3) indeciso ___ (4) probablemente no ___ (5) seguro que no

8- ¿Considera usted que, en su opinión, en general se cumplan con las medidas de cuidado y protección medio – ambiental? ___ Si ___ No

9- En caso de que su respuesta sea negativa, podría explicarnos las razones

10- Lugar de procedencia

País _____ Provincia _____

11- Género ___ Femenino ___ Masculino

12-Edad: ___menor de 18años ___entre18y35 años ___entre36 y50años
___entre 51 y 64años ___mayor de 65años

Anexo5: Imágenes del Área Protegida“ La Arboleda”



Fuente de elaboración propia