

Rediseño de la modalidad de turismo de aventura en el destino de naturaleza Viñales

Redesign of the adventure tourism modality in the nature destination Viñales

Redesenho da modalidade de turismo de aventura no destino natural de Viñales

Maylén Alfonso Dovale¹; Claudia María González Slovasevich²; Iverilys Pérez Hernández³

¹ Universidad de Pinar del Río "Hermandos Saíz Montes de Oca". Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Pinar del Río, Cuba.

 <https://orcid.org/0000-0003-0190-1030>

 maylen.alfonso@upr.edu.cu

² Universidad de Pinar del Río "Hermandos Saíz Montes de Oca". Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Pinar del Río, Cuba.

 <https://orcid.org/0000-0001-5853-429X>

 claudia.slovasevich@upr.edu.cu

³ Universidad de Pinar del Río "Hermandos Saíz Montes de Oca". Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Pinar del Río, Cuba.

 <https://orcid.org/0000-0003-2124-0962>

 iverilys@upr.edu.cu

Recibido: 19/09/2020

Aprobado: 20/04/2021



RESUMEN

La oferta turística en Cuba se ha diversificado con la fortaleza del turismo de naturaleza. En este sentido, es fundamental conocer en detalle las motivaciones que permiten definir las características de este segmento de mercado. El presente trabajo se realizó en el destino turístico de Viñales; en el mismo, fue rediseñado el producto de turismo de aventura, aprovechando las bondades y potencialidades naturales que posee el destino, a partir de la aplicación de una metodología, cuyo objetivo consistió en organizar el producto turístico de aventura en el destino Viñales, contribuyendo a aumentar los niveles de estancia promedio, a diversificar la cartera de productos y a mejorar los indicadores del ciclo de vida del destino. En la investigación, fueron utilizados métodos teóricos y empíricos que facilitaron la constatación de la situación problemática y la solución en el rediseño del producto, apoyado en el soporte bibliográfico utilizado. La investigación aportó elementos importantes para tomar decisiones comerciales en relación con la consolidación de la modalidad de aventura; por otra parte, el rediseño fue enfocado al segmento de mercado de aventura, respondiendo a las exigencias de este.

Palabras clave: turismo; turismo de naturaleza; turismo de aventura; producto turístico

ABSTRACT

Cuba's tourism offer has diversified with the strength of nature tourism. In this sense, it is essential to know in detail the motivations that allow defining the characteristics of this market segment. The present work was carried out in the tourist destination of Viñales; in it, the adventure tourism product was redesigned, taking advantage of the natural goodness and potentialities that the destination possesses, from the application of a methodology, which objective was to organize the adventure tourism product in the destination Viñales, contributing to increase the levels of average stay, to diversify the portfolio of products and to improve the indicators of the life cycle of the destination. In the research theoretical and empirical methods were used that facilitated the verification of the problematic situation and the solution in the redesign of the product, sustained

by the bibliographic support used. The research provided important elements for making commercial decisions in relation to the consolidation of the adventure modality; on the other hand, the redesign was focused on the adventure market segment, responding to its demands.

Keywords: tourism; nature tourism; adventure tourism; tourism product

RESUMO

A oferta turística em Cuba se diversificou com a força do turismo de natureza. Neste sentido, é imprescindível conhecer em detalhe as motivações que permitem definir as características deste segmento de mercado. O presente trabalho foi realizado no destino turístico de Viñales; nele, o produto de turismo de aventura foi redesenhado, aproveitando os benefícios naturais e potenciais que o destino tem, a partir da aplicação de uma metodologia, cujo objetivo era organizar o produto de turismo de aventura no destino Viñales, contribuindo para aumentar a permanência média níveis, diversificar o portfólio de produtos e melhorar os indicadores de ciclo de vida do destino. Na pesquisa, foram utilizados métodos teóricos e empíricos que facilitaram a verificação da situação problema e a solução no redesenho do produto, apoiados no suporte bibliográfico utilizado. A investigação contribuiu com elementos importantes para a tomada de decisões comerciais em relação à consolidação da modalidade de aventura; por outro lado, o redesenho foi focado no segmento de mercado de aventura, respondendo às suas demandas.

Palavras-chave: turismo; turismo de natureza; turismo de aventura; produto turístico

INTRODUCCIÓN

Existen diversas interpretaciones de turismo; una de ellas es la de Gurría Di-Bella (1991), que hace referencia a como "El turismo es una abstracción, un concepto del cual todos tenemos distintas interpretaciones" (p. 13). Resalta como cada definición es válida, independientemente de su enfoque y analiza la etimología de esta palabra que

"proviene de *tour* o *turn*, derivado del verbo latino *tornare* que se deriva a su vez del sustantivo *tornus*, que significa volver, girar o retornar; en suma, quiere decir ir y volver" (p. 14). Por otra parte, Cardet, Palao y González (2018), destacan que la verdadera riqueza del turismo, más que en el impacto del crecimiento económico de un país, está en las fuertes huellas que, en los visitantes, dejan la cultura y las tradiciones.

Existen diferentes formas de hacer turismo. Al respecto, Pérez y Villa (2011) sintetizan la clasificación de las modalidades turísticas en función del motivo del viaje en la cual está la categoría turismo de aventura, perteneciente a la modalidad turismo alternativo. Osorio (2016) señala cómo el turismo y la aventura representan una oportunidad para la conservación del patrimonio cultural. Díaz citado en Carvache et al. (2018) hace referencia al origen del mismo como parte de un crecimiento de la demanda hacia actividades, con determinados niveles de riesgos en entornos naturales. En el caso del turismo de aventura, son varios los autores que lo han definido. Entre ellos, Progen (1979), Ewert (1989), Johnston (1992), Eagles (1995), Smith y Jenner (1999), Ceballos-Lascurain (2000), citados en Moral, Cañero y Orgaz (2013). Una de las definiciones más recientes es la brindada por la Organización Mundial del Turismo (2019, p. 37) plantea que:

El turismo de aventura es un tipo de turismo que normalmente tiene lugar en destinos con características geográficas y paisajes específicos y tiende a asociarse con una actividad física, el intercambio cultural, la interacción y la cercanía con la naturaleza. Esta experiencia puede implicar algún tipo de riesgo real o percibido y puede requerir un esfuerzo físico y/o mental significativo.

En este sentido, dada la creciente relevancia y demanda del mismo, es fundamental conocer en detalles las motivaciones que permiten definir las características de este segmento de mercado, teniendo en cuenta que la motivación de esta tipología se corresponde con la participación en espacios que brindan posibilidad de riesgo, manejado con actividades que provoquen adrenalina. A partir de esto, se podrá analizar los pasos para el diseño de la modalidad de aventura, a través de la metodología de diseño de

productos de Gómez (2014) y cuáles son las acciones más importantes a abordar desde el punto de vista de la concepción del producto.

Es por ello que la investigación se realiza en el destino Viñales, a partir del análisis conceptual y de las particularidades que presenta esta modalidad, con el propósito de dar cumplimiento al problema. El destino turístico de Viñales no cuenta dentro de la cartera de productos con la modalidad de aventura de forma organizada, coherente e integrada en función de las potencialidades existentes. Como objeto de este estudio, se plantea: Proceso de gestión de productos turísticos y como campo de acción: la gestión de productos turísticos en la modalidad de aventura en el destino Viñales. El objetivo general trazado consiste en: Organizar el producto turístico de aventura en el destino Viñales que contribuya a aumentar los niveles de estancia promedio, a diversificar la cartera de productos y a mejorar los indicadores del ciclo de vida del destino.

MATERIALES Y MÉTODOS

En la investigación, se utilizaron los métodos teóricos y empíricos, en función de determinar los componentes más esenciales en el movimiento y contexto en que se desarrolla el fenómeno objeto de investigación. Entre ellos, se destaca el método dialéctico-materialista, como método rector, una vez que permite interpretar el proceso de desarrollo del objeto de estudio en su evolución.

Métodos teóricos

- Análisis-síntesis: permitieron desarrollar un análisis detallado de la situación problemática, las teorías que sustentan el desarrollo del turismo rural, el diseño de productos turísticos para establecer los referentes teóricos del mismo y los resultados esperados
- Inductivo-deductivo: se utilizó para el análisis crítico de los referentes teóricos relacionados con el diseño de productos turísticos para poder proponer el rediseño integral en la instalación objeto de estudio
- Documental: se utilizó para el análisis: informes, documentos, series temporales, estadísticas, lo cual resultó de gran utilidad ya que se pudo conocer aspectos teóricos sobre los temas tratados, esenciales para el desarrollo de la investigación

Métodos empíricos

- Observación: se aplicó en la constatación a los diferentes atractivos existentes en el entorno donde se encuentra el área de escalada
- Encuesta: se aplicó en el análisis de la encuesta a clientes para conocer criterios acerca del producto, con el objetivo de precisar, modificar o corroborar el problema
- Entrevista: se realizó al director general del Parque Nacional Viñales, director de la oficina de Patrimonio: especialistas comerciales, representantes de la AAVV especializada Cubanacán, Cubanacán Viajes y Ecotur), con el objetivo de conocer las necesidades de esta oferta turística para su comercialización
- Consulta a especialistas: para valorar teóricamente la factibilidad de la mejora propuesta, a partir de la opinión de los especialistas

La metodología que se desarrolló para realizar el diagnóstico empírico del diseño de productos turísticos de aventura parte de las necesidades fundamentales de información como son: identificar los niveles de conocimiento respecto al tema que se investiga, las potencialidades turísticas del municipio y las limitaciones para la implementación de productos turísticos de aventura.

Para la caracterización general del municipio de Viñales y de la estructura económico-productiva y de servicios actuales de la localidad, se utilizó la información brindada por Planificación Física 2014, Onat 2017, se realizó un análisis del proceso de actualización del modelo económico cubano donde se destaca la importancia del turismo, a partir de los Lineamientos (209, 210, 211, 212, 213, 214, 215, 216) del VI Congreso del PCC (2017). Además, se utilizaron como instrumentos las fuentes de información secundarias y las fuentes de información primaria.

La fuente de información secundaria, compuesta por el análisis documental, recoge el marco legal regulatorio, el ciclo de vida del destino Viñales, el informe comercial del Mintur, el expediente de la escalada, el informe comercial de la agencia de viaje Ecotur y Cubanacán 2019, Mintur 2019, Oficina Comercial Agencia de Viajes Cubanacán 2019, el informe estadístico del sector no estatal vinculado al turismo.

Las fuentes de información primarias utilizadas en la investigación parten del análisis de los métodos empíricos para la medición. Se utilizó la encuesta, la cual se aplicó a los arrendadores del sector no estatal. Para determinar la muestra, se valoró la población constituida por el total de arrendatarios en el municipio, que asciende a 1358 casas de renta que agrupan un total de 2382 habitaciones. Se aplicó el programa SAMPLE donde, para la población mencionada anteriormente y con un margen de error del 10%, el resultado de la muestra a aplicar fue un total de 90 encuestas. Se dedicó una encuesta a los clientes extranjeros, donde se estimó como población la cantidad de turistas internacionales que arribaron a las instalaciones de Viñales de la cadena extrahotelera de Palmares en los últimos cinco años, para un promedio de 367 852. Se aplicó el programa SAMPLE, donde, para un margen de error del 5%, el resultado de la muestra a aplicar fue un total de 384. Los datos resultantes de todas las encuestas fueron procesados por el programa estadístico SPSS, versión 22.0.

También se utilizó la entrevista, la cual se puede clasificar como semiestructurada e individual. Se entrevistó al presidente del Consejo de Administración Municipal, al subdelegado del Mintur en Pinar del Río, al comercial de Palmares en Pinar del Río, a la directora del Hotel Rancho San Vicente en Viñales y a los guías escaladores del municipio objeto de estudio.

Se trianguló la información a partir de los elementos más relevantes resultantes de las fuentes de información. Se aplicó la Matriz de Vester para jerarquizar los problemas o restricciones que se determinaron de todas las fuentes de información desarrolladas, listándose finalmente un grupo de potencialidades y restricciones en el municipio para el desarrollo de los productos turísticos de aventura: *canopy*, la escalada y *el jeep* safari.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

De la Ballina (2017) menciona la evolución del *marketing*, primeramente, centrado en las ventas y después, dirigido en proporcionar valor y satisfacción a los clientes. Gurría Di-Bella (1991) refiere cómo el proceso de comercialización de los servicios turísticos se realiza a partir del *marketing* turístico. Este es el encargado de promover el producto turístico, entiéndase este término, según Díez Santo (2011) citado por Muro y Saravia

(2019, p. 57) como "(...) un conjunto de servicios, compuesto por una combinación de elementos que presentan toda una serie de características diferenciadoras y propias de la actividad turística (...)".

Para direccionar el diseño de productos turísticos, en la actualidad, existen diferentes metodologías, entre ellas destacan las de: Gómez (2014); Nasimba y Cejas (2015), Saravia y Muro (2016).

Productos turísticos: metodología para su elaboración

Después de analizar las metodologías, las autoras consideran que para el rediseño del producto de aventura en el destino Viñales, la más pertinente es la de Gómez (2014).

Para desarrollar adecuadamente la metodología, se considera necesario por parte de las autoras, determinar los principios que rigen un desarrollo armonioso y sustentable, que regirán la actividad turística especializada en la modalidad de aventura, los mismos son: complementariedad, integración, coherencia y armonía, aventura-naturaleza y singularidad.

Fase I. Inventario de atractivos turísticos

El primer paso de esta fase consistió en la actualización del inventario de atractivos presentes para la modalidad de aventura, en el área de estudio.

Según Gómez (2014), los expertos consideran que los recursos turísticos deben constituirse en atractivos turísticos mediante un proceso técnico para que contribuyan de forma eficiente al diseño de productos turísticos.

El análisis desarrollado de las fuentes de información primaria y secundaria corroboró que no se aprovechan todas las potencialidades de los atractivos del lugar, en la concepción del producto de aventura para un mercado cuya tendencia se mueve a la búsqueda de experiencias y la estimulación de adrenalina, a través de su inmersión en la naturaleza.

Los atractivos del lugar fueron evaluados en un taller por los especialistas en turismo (especialistas del Parque Nacional Viñales, comercial de la delegación del Mintur, profesores de gerencia y especialidades de turismo del Centro de Capacitación del Mintur en la provincia, especialistas de la oficina de patrimonio, guías de turismo de las agencias de viajes de la provincia), reconociendo que existen atractivos de relevancia para el desarrollo de la modalidad de aventura y para añadir valor a esta como son los recursos históricos culturales.

De manera general, los principales atractivos para el desarrollo de la modalidad aventura se resumen en:

- Paisaje con belleza y diferentes unidades
- Relieve con diferentes niveles que permiten el desarrollo de los productos que conforman la modalidad
- Presencia de paredes verticales en unidades de mogotes
- Flora de variedad con riqueza endémica
- Fauna con representatividad en moluscos
- Instalaciones de alojamientos insertados en el entorno natural
- Tradiciones históricas y culinarias relacionadas
- Presencia de sistema cavernario

En resumen, el destino Viñales presenta potencialidades para el desarrollo de productos que respondan a la modalidad de aventura, en el disfrute de treking, escalada, *canopy*, *jeep zafari* y *canopy*, con diferentes grados de dificultad.

Definición de actividades a desarrollar (Fase II. Rediseño del producto)

Se identifica el tipo de actividad que el turista puede realizar vinculado al mismo, estableciendo los tiempos que demoraría la ejecución de cada una de ellas. Este paso es vital, toda vez que permitirá más tarde diseñar un itinerario que servirá de base para la oferta que conformará la modalidad y sobre la cual se pueda construir las necesidades de servicios y equipamientos para realizarlas.

Trekking 1 La Gran caminata del Parque Nacional Viñales

El *Trekking* "La Gran caminata del Parque Nacional Viñales" es un recorrido que posee tres etapas con una estancia de cinco días y cuatro noches. Cuenta con cuatro paradas interpretativas, observación diurna y nocturna de la flora y la fauna. El nivel de dificultad general es medio y la distancia total a recorrer es de unos 106 km.

Trekking 2 *Trekking* con cicloturismo Montaña, Vida Silvestre y Comunidades

Esta propuesta es una caminata con siete paradas interpretativas, que se desarrolla en áreas del Parque Nacional Viñales. El trayecto comienza y culmina en la finca "La Esmeralda", aún no se encuentran terminados los campamentos rústicos. La distancia estimada es de 86 km, se combina con la actividad de caminar con el cicloturismo.

Jeep Safari Una cumbre de aventura

El recorrido propone un bojeo de aventura con dos *jeeps*, entre los valles intramontanos que bordean el Parque Nacional Viñales, cuenta con diez paradas y el programa combina el desarrollo del *canopy*. La propuesta concibe tres días y dos noches de estancia con capacidad para cuatro clientes. El recorrido cuenta con alrededor de 100 km.

Canopy Tour Viñales

El uso y disfrute del circuito de *canopy* por parte de los turistas se hace desde la 1ª hasta la 5ª plataforma, acompañados de guías entrenados para este tipo de modalidad. El recorrido se extiende alrededor de 1 200 metros. Una vez terminado el circuito, los turistas pueden disfrutar de algún refrigerio en el área de servicios. La velocidad es de 20 a 30 km/hora, el recorrido es de 800 metros, el tiempo del recorrido es de 20 minutos a 1 hora.

La Escalada

A esta actividad, no se le desarrolla adecuaciones, solo se considera que están todas las condiciones para desarrollar este producto; la misma puede combinarse con *trekking*, *canopy*, *jeep safari* y escalada. La altura oscila entre 50 a 250 metros en los sectores

cuerda la vaca y la costanera respectivamente. El producto "Aventuras entre mogotes del Jurásico" satisface sus necesidades recreativas, combinando las actividades de *trekking*, el *canopy*, *jeep* safari y escalada.

Una vez seleccionadas las ideas principales, las autoras esbozaron el concepto del producto de Aventura "aventuras por la prehistoria": que es el resultado de la combinación armónica de los atractivos naturales e históricos-culturales presentes en este espacio físico, con las necesidades y motivaciones de los principales segmentos internacionales y nacionales que visitan la instalación en busca de la aventura en la naturaleza y nuestras raíces para el placer de la adrenalina, el entretenimiento y la relajación.

El concepto producto de "Aventuras entre mogotes del Jurásico" se representa a través del siguiente esquema (Fig. 1).

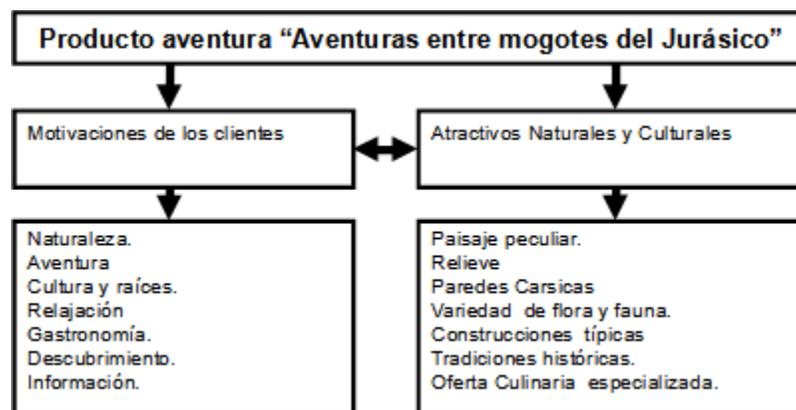


Fig. 1 - Esquema de "Aventuras entre mogotes del Jurásico"

Fuente: Elaboración propia

Se considera un producto que en su rediseño permite a los clientes.

- A. 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

B. Satisfacer las demandas del segmento de aventura que se está posicionando

Los usuarios principales del producto serán:

Cientes alemanes, franceses, italianos, ingleses, holandeses, belgas, nacionales, etc., con motivaciones o inclinaciones hacia la aventura en la naturaleza y la cultura, que gustan de visitar los campamentos buscando una experiencia.

El producto deberá convertirse en una experiencia única en el territorio por sus atractivos singulares.

Se concibe con la nueva propuesta un producto mejorado, que toma como base el anterior, pero lo enriquece, aprovechando las potencialidades de los atractivos naturales y culturales, aportando valores añadidos para lograr la satisfacción del cliente.

Como resultado del rediseño del producto aventuras entre mogotes del Jurásico, se logró un producto más integral y diferenciado sobre la base del aprovechamiento de los atractivos naturales y culturales del lugar, lo cual responde a las demandas de los clientes que visitan la región.

El producto rediseñado se concibe con la articulación de los servicios de hospedaje y restauración, orientados hacia la posibilidad de encadenamientos productivos, revitalizando los atractivos naturales y culturales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Cardet Fernández, E., Palao Fuentes, R., & González Sainz, Y. (2018). Procedimiento para el diseño de productos turísticos basados en el patrimonio de un municipio. *Retos de la Dirección*, 12(1).

<https://revistas.reduc.edu.cu/index.php/retos/article/view/2203>

Carvache Franco, W., Carvache Franco, M., Carvache Franco, O., & Recalde Lino, X. (2018). Preferencias para el turismo de aventura en la elaboración de un

- paquete turístico: Caso Santa Elena, Ecuador. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*, 14(1), 43-51. <https://doi.org/10.4067/S0718-235X2018000100065>
- de la Ballina Ballina, F. J. (2017). *Marketing turístico aplicado*. ESIC Editorial. <http://www.marcialpons.es/libros/marketing-turistico-aplicado/9788417024628/>
- Gómez Ceballos, G. (2014). Procedimiento metodológico de diseño de productos turísticos para facilitar nuevos emprendimientos. *RETOS. Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 4(8), 158-171. <https://doi.org/10.17163/ret.n8.2014.08>
- Gurría Di-Bella, M. (1991). *Introducción al turismo*. Trillas. <https://asesoresenturismoperu.wordpress.com/2019/03/21/introduccion-al-turismo-2/>
- Ibáñez Pérez, R. M., & Cabrera Villa, C. (2011). *Teoría General del Turismo: Un enfoque global y nacional*. Universidad Autónoma de Baja California Sur. https://books.google.com.cu/books/about/Teor%C3%ADa_general_del_turismo.html?id=VN_CMwEACAAJ
- Moral Cuadra, S., Cañero Morales, P., & Orgaz Agüera, F. (2013). *El turismo de aventura: Concepto, evolución, características y mercado meta. El caso de Andalucía*. Facultad de Turismo y Finanzas. <https://idus.us.es/handle/11441/52975>
- Muro, M. N., & Saravia, M. del C. (2019). Tourist products methodology for its elaboration: Cultural and historical product in the coast district, Buenos Aires province, Argentine Republic. *Journal of Tourism and Heritage Research*, 2(1), 123-156. <http://www.jthr.es/index.php/journal/article/view/34>
- Nasimba, C. M., & Cejas, M. F. (2015). Diseño de productos turísticos y sus facilidades. *Qualitas*, 10, 22-39. <https://www.researchgate.net/profile/Nasimba->

[Maribel/publication/333221285_Articulo_de_revision_DISENO_DE_PRODUCTOS_TURISTICOS_Y_SUS_FACILIDADES/links/5ce2cde7299bf14d95aa8667/Articulo-de-revision-DISENO-DE-PRODUCTOS-TURISTICOS-Y-SUS-FACILIDADES.pdf?origin=publication_detail](http://coodes.upr.edu.cu/index.php/coodes/article/view/367)

Osorio Osorio, J. A. (2016). La aventura del turismo; revivificando la cultura a través del turismo y el patrimonio. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 2(2), 285-295.

<http://www.ijosmt.com/index.php/ijosmt/article/view/107>

PCC. (2017). *Lineamientos de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución para el período 2016-2021*. Partido Comunista de Cuba. VII Congreso.

<http://www.granma.cu/file/pdf/gaceta/Lineamientos%202016-2021%20Versi%C3%B3n%20Final.pdf>

Saravia, M. del C., & Muro, M. N. (2016). Productos turísticos. Metodología para su elaboración. *Revista de Ciencias Sociales*, 8(29), 53-78.

<http://www.unq.edu.ar/advf/documentos/593819f510992.pdf>

UNWTO. (2019). *UNWTO Tourism Definitions*. World Tourism Organization (UNWTO).

<https://doi.org/10.18111/9789284420858>

Conflicto de intereses:

Los autores declaran no tener conflictos de intereses.

Contribución de los autores:

Maylén Alfonso Dovale y Iverilys Pérez Hernández contribuyeron en la concepción, diseño del estudio, recogida, análisis e interpretación de los datos.

Claudia María González Slovasevich estuvo implicado en la recogida, el análisis e interpretación de los datos, así como la elaboración del borrador.

Todos los autores revisaron la redacción del manuscrito y aprueban la versión finalmente remitida.



Esta obra está bajo una licencia Creative Commons Reconocimiento-NoComercial 4.0 Internacional

Copyright (c) Maylén Alfonso Dovale; Claudia María González Slovasevich; Iverilys Pérez Hernández