

Diseño de la oferta turística “Raíces entre Mogotes”

Design of tourist offer “Roots between Mogotes”

- ¹ Ananda Díaz López
Licenciatura en Turismo, Universidad de La Habana, La Habana, Cuba.
anandadiazlopez@gmail.com
- ² Alejandro Montesino Pérez
Licenciatura en Turismo, Universidad de La Habana, La Habana, Cuba.
amontesino642@gmail.com
- ³ Yudy Marian Aldás Valdés
Licenciatura en Turismo, Universidad de La Habana, La Habana, Cuba.
aldasmarian2005@gmail.com
- ⁴ Yoan Hernández Flores
Facultad de Turismo, Universidad de La Habana, La Habana, Cuba.
yoan961122@gmail.com



<https://orcid.org/0009-0003-4762-614X>



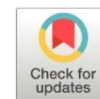
<https://orcid.org/0009-0002-4202-1187>



<https://orcid.org/0009-0000-2829-1215>



<https://orcid.org/0000-0003-1935-2594>



Artículo de Investigación Científica y Tecnológica

Enviado: 15/01/2025

Revisado: 13/02/2025

Aceptado: 05/03/2025

Publicado: 05/04/2025

DOI: <https://doi.org/10.33262/ct.v4i2.63>

Cítese: Díaz López, A., Montesino Pérez, A., Aldás Valdés, Y. M., & Hernández Flores, Y. (2025). Diseño de la oferta turística “Raíces entre Mogotes”. *Ciencia & Turismo*, 4(2), 67-85. <https://doi.org/10.33262/ct.v4i2.63>



CIENCIA & TURISMO, es una revista multidisciplinaria, trimestral, que se publicará en soporte electrónico tiene como misión contribuir a la formación de profesionales competentes con visión humanística y crítica que sean capaces de exponer sus resultados investigativos y científicos en la misma medida que se promueva mediante su intervención cambios positivos en la sociedad. <https://cienciadigital.org>
La revista es editada por la Editorial Ciencia Digital (Editorial de prestigio registrada en la Cámara Ecuatoriana de Libro con No de Afiliación 663) www.celibro.org.ec



Esta revista está protegida bajo una licencia Creative Commons AttributionNonCommercialNoDerivatives 4.0 International. Copia de la licencia: <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



Palabras**claves:**

Turismo rural,
Viñales, diseño
de productos
turísticos,
programa
turístico

Resumen

Introducción: El turismo rural se entiende como la vivencia en una comunidad donde la población local organizada tiene un rol central en su diseño y gestión. Viñales, Declarado Paisaje Cultural por la UNESCO, constituye un ejemplo de las zonas que han articulado estrategias en pos del desarrollo del turismo rural como modalidad. Sin embargo, enfrenta la disminución en el número de visitantes y pernoctaciones derivada de la subutilización de recursos y atractivos. **Objetivo:** En correspondencia el objetivo principal de la investigación es diseñar un producto turístico rural de tipo viajes para la zona turística de Viñales a partir de sus potencialidades naturales y culturales. **Metodología:** Para ello se utilizó una metodología de tipo mixta (aplicándose métodos cualitativos y estadísticos) y exploratoria. Entre los métodos y herramientas científicas aplicadas se destacan PESTA, las cinco fuerzas de Porter, marketing mix y la Matriz de Vester. **Resultados:** Entre los principales resultados, está el diseño del producto turístico tipo viajes “Raíces entre Mogotes” el cual enaltece la cultura y tradición rural, así como los valores naturales de Viñales, resumiendo la esencia del paisaje cultural. **Conclusión:** El proyecto no solo enriquece la oferta turística de Viñales, sino que también fomenta el desarrollo de un turismo rural de manera más sostenible. **Área de estudio general:** turismo. Área de estudio específica: comercialización.

Keywords:

Rural Tourism,
Viñales,
Tourism
Product Design,
Tourism
Program

Abstract

Introduction: Rural tourism is understood as the experience within a community where the organized local population plays a central role in its design and management. Viñales, declared a Cultural Landscape by UNESCO, is an example of areas that have developed strategies for the development of rural tourism as a modality. However, it faces a decrease in the number of visitors and overnight stays due to the underutilization of resources and attractions. **Objective:** Accordingly, the main objective of the research is to design a rural tourism product in the form of travel for the Viñales tourist area based on its natural and cultural potential. A mixed and exploratory methodology was used (applying qualitative and statistical methods). **Methodology:** Among the scientific methods and tools applied are PEST, Porter's Five Forces, marketing mix, and the Vester Matrix. **Results:** Among the main results is the

design of the travel-type tourism product "Roots among Mogotes," which highlights the rural culture and tradition, as well as the natural values of Viñales, summarizing the essence of the cultural landscape. **Conclusion:** The project not only enriches the tourism offer of Viñales but also promotes the development of rural tourism in a more sustainable way. **General area of study:** Tourism. **Specific area of study:** Marketing

1. Introducción

El turismo, como fenómeno, ha experimentado un continuo crecimiento y una profunda diversificación hasta convertirse en una de las principales actividades económicas del mundo. Su papel ha sido crucial en el desarrollo socioeconómico de las naciones, la promoción de su diversidad natural y cultural, la creación de empleo y la mejora del bienestar social (Gai et al., 2024). Sin embargo, actualmente el turismo afronta desafíos como el cambio de las dinámicas y preferencias de los turistas luego de la pandemia global.

Al respecto, Hernández et al. (2021) explican que los visitantes pos pandémicos buscan modalidades menos masificadas y se encuentran comprometidos con la sustentabilidad, la conciencia ambiental, la responsabilidad social y el intercambio con la comunidad. Lo anterior entra en contradicción con las tendencias prepandémicas donde la gestión turística se caracterizaba por un modelo de turismo masificado caracterizado, fundamentalmente, por la realización de actividades de sol y playa. En consecuencia, ha tomado auge el turismo sostenible o alternativo, donde destacan modalidades como el ecoturismo, agroturismo y turismo rural (Noa, Gascón & Rodríguez, 2024).

El turismo se identifica como una de las soluciones para atenuar los problemas estructurales que afectan a las zonas rurales, actúa como complemento a la economía tradicional de las zonas rurales por su capacidad para dinamizar el desarrollo socioeconómico de un territorio (Pelegrín et al., 2022). En este sentido, para las comunidades locales el turismo alternativo representa una salida fundamental a las limitadas posibilidades en su modo de vida.

Asimismo, es esencial para la gestión y la protección de los ecosistemas naturales y su biodiversidad. También permite reanimar la dinámica socioeconómica de algunas zonas rurales ante la falta de revitalización, provocado fundamentalmente por el éxodo de sus habitantes hacia entornos urbanos. Para que funcione este es necesario que además de proveer buenas medidas de conservación, la comunidad tenga posibilidades significativas

de participación y los beneficios del turismo sean compartidos entre las partes interesadas (Castro et al., 2020).

En este contexto en particular, el turismo rural adquiere especial atención, presentándose como dinamizador de los procesos de desarrollo, una actividad económica que se complementa a la agricultura, que destaca la flora y fauna de un territorio en conjunto con sus tradiciones. Por una parte, favorece y promueve la producción agrícola, y al mismo tiempo genera nuevos empleos e ingresos en el territorio (Noa et al., 2024).

El turismo rural se entiende como la vivencia en una comunidad donde la población local organizada tiene un rol central en su diseño y gestión, considerando su idiosincrasia para el intercambio de experiencias y los beneficios de la actividad son repartidos de forma equitativa. El motivo principal es la comunidad rural, conceptualizada como aquella que tiene sus propias costumbres, tradiciones, estilo de vida, arte y valores que son heredados de una generación a otra (Carrillo et al. 2021).

Una definición muy acertada sobre turismo rural la ofrece Díaz et al., (2020) quienes expresan que es una actividad que se desarrolla en el espacio rural donde el turista convive e interactúa directamente con la comunidad, con sus experiencias sociales, culturales y productivas cotidianas. Respondiendo de esta manera a las premisas de desarrollo sostenible.

Al respecto, en Cuba, el turismo rural es una práctica que aún es insipiente, debido a que desde el propio inicio del desarrollo turístico del país se consideró al destino Cuba como de Sol y Playa. Limitándose en reconocer las potencialidades en los recursos naturales, culturales y gastronómicas y su aprovechamiento sostenible en áreas de desarrollo local de las comunidades rurales (Castro et al., 2020). El campesinado cubano se favorece de las ventajas que brinda la actividad turística pero aún no se visualiza en todos los territorios una estrategia de desarrollo íntegro, sin trascender del ámbito de algunos espacios específicos (Hernández et al. 2021).

En la actualidad, se identifica al turismo rural como uno de los sectores a priorizar en el país, por su capacidad para tributar al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Además, Cuba tiene el reto de continuar desarrollando el turismo, diversificando sus productos, con el objetivo de convertir a la isla en un destino exclusivo y cada vez más competitivo.

En el caso de la provincia de Pinar del Río como en otros territorios del país, se denota que los municipios con potencialidades turísticas no cuentan con una estructura u organización administrativa que funja como órgano gestor del territorio y permita alinear los intereses, las necesidades y prioridades locales, en materia de desarrollo local, a la política turística nacional. En consecuencia, se manifiestan otras problemáticas como:

inhabilidad de los actores locales para la concreción de proyectos turísticos convenientes para estos espacios, por no contar con la preparación, el conocimiento y los mecanismos de gestión, y la limitada integración de otros sectores y ramas de la economía que actúan en el ámbito local relacionados con la gestión turística (Noa et al., 2024).

En este contexto, el territorio de Viñales, reconocido como la principal zona turística de Pinar del Río, constituye un ejemplo de las zonas que han ido articulando estrategias en pos del desarrollo del turismo rural como modalidad donde el sector privado juega un papel fundamental (Castro et al., 2020; Hernández et al., 2021). Declarado Paisaje Cultural por la UNESCO en 1999, cuenta con un medio físico-geográfico de singular importancia dada la belleza de sus paisajes, su compleja geología, su rica biodiversidad y la cultura de las comunidades enclavadas en su territorio. Engloba prácticas culturales ancestrales, tradiciones y elaboración artesanal de productos, saberes y tradiciones y técnicas que contribuyen a minimizar los impactos del cambio climático (Sánchez et al., 2021).

Atendiendo a estas potencialidades, se han desarrollado varias investigaciones, en los últimos años, con el objetivo de desarrollar el turismo en la zona. Alfonso, González & Pérez (2021) proponen el rediseño de la modalidad turismo de aventura, con el diseño de varios productos turísticos que van desde el tracking hasta las escaladas. Castro et al. (2020) ofrece una interesante mirada hacia el impacto de las actividades de turismo alternativo en el modelo de desarrollo económicos ambiental y social del destino turístico Viñales.

Ramos, Lemus & Crespo (2021), también ofrecen un importante análisis del impacto del desarrollo del turismo de naturaleza en el Parque Nacional Viñales, incluyendo dentro del análisis la evaluación de algunas de las modalidades que se realizan en el territorio. Aunque resalta la ausencia de análisis respecto a las potencialidades del turismo rural. Asimismo, Sánchez et al. (2021) hace una propuesta para la implementación de turismo rural entre otras modalidades de manera sostenible dentro del parque, pero se muestran solo como una guía que debe ser desarrollada para poder implementarla de manera práctica.

A pesar de todos los esfuerzos que se enuncian anteriormente, la zona de Viñales, actualmente, enfrenta la disminución en el número de visitantes y pernoctaciones. Lo que va en correspondencia con una lenta recuperación del turismo en todo el país. Esta situación amenaza con la estabilidad económica de una comunidad que vive del turismo, siendo la actividad una de sus principales fuentes de ingresos. Sumado a lo anterior, se ha detectado que la oferta turística de la zona se muestra poco variada. Actualmente, se comercializan por las agencias de viajes receptoras una cartera de productos poco variada y atractiva; y la no existencia de un producto integral gestionado de manera coherente. Lo anterior puede ser solventado con la propuesta de productos turísticos que, basados en

un estudio profundo de la demanda, logren resaltar los valores y tradiciones de la vida en comunidad de Viñales, así como sus recursos y atractivos. Por este motivo, se considera el turismo rural puede ser un importante propulsor de la actividad turística en la zona.

A partir de lo anterior, la investigación actual tiene como objetivo general: Diseñar un producto turístico rural de tipo viajes para la zona turística de Viñales a partir de sus potencialidades naturales y culturales.

2. Metodología

La metodología utilizada en esta investigación fue de tipo mixta (aplicándose métodos cualitativos y estadísticos) y exploratoria (Hernández, Sampieri & Mendoza, 2020). A continuación, se muestra la trayectoria metodológica (Tabla 1).

Tabla 1

Trayectoria metodológica

Fases	Etapas	Métodos y Herramientas
Fase previa	Etapa 1: Identificación de las fuentes primarias y secundarias de información. Etapa 2: Determinación de la problemática a abordar.	• Análisis documental • Entrevistas semiestructuradas • Análisis – Síntesis • Histórico – Lógico • Matriz de Vester
Fase 1: Estudio del entorno	Etapa 1: Análisis de la demanda Etapa 2: Análisis del macroentorno Etapa 3: Análisis del microentorno	• PESTA • Cinco fuerzas de PORTER • Método analítico • Histórico- Lógico • Método deductivo • Análisis de clúster jerárquico • Métodos Estadísticos • Encuesta • Método analítico
Fase 2: Diseño del programa turístico	Etapa 1: Diseño de las variables que conforman el programa	• Marketing Mix • Entrevistas semiestructuradas • Inventario de recursos • Tormenta de ideas • Revisión documental • Observación científica

Fuente: Elaborado a partir de González et al. (2020), Arceo & Malvarez (2021), Sánchez & Sánchez (2021).

La fase previa de revisión bibliográfica se realizó a través del análisis de documentos encontrados en las principales bases de datos de libre acceso de la web. Además, se realizaron entrevistas semiestructuradas a los locales de la población de Viñales, entre ellos se encontraban algunos de los principales proveedores de servicios del territorio, y a expertos en el tema. Para la selección de los expertos se tuvieron en cuenta que cumplieran con alguno de los siguientes criterios:

- ✓ Poseer más de 5 años de experiencia vinculados a la gestión turística en el territorio.
- ✓ Pertenecer a algunas de las instituciones especializadas en la investigación y fomento de la cultura de Viñales.

En esta fase, se aplicó la Matriz de Vester que permitió evaluar la importancia de los problemas y determinar la causalidad entre ellos. La Fase 1 constó de 3 etapas. En la primera se realizó un estudio de la demanda. Se procesaron las encuestas realizadas a una muestra de 96 personas, aplicadas a través de Google Forms. La población objeto de estudio seleccionada fue la cantidad de ciudadanos que visitaron Pinar del Río en el año 2022 que, según datos de la ONEI, se recibió un total de 137 428 visitantes. Una vez procesado los cuestionarios se procedió a realizar la segmentación por beneficios, para lo cual se utilizó la técnica de clúster jerárquico a través del software IBM Statistic SPSS Versión 22. La fórmula empleada para la muestra fue: $\frac{Nz^2pq}{(N-1)E^2+z^2pq}$ teniendo en cuenta un margen de error (E) de 10% y un intervalo de confianza (z) de 95%.

En la Fase 2 se procedió a diseñar el programa, para lo cual se aplicaron las herramientas del mix del marketing, según Armstrong & Kotler (2013). Primero se elaboró un inventario de recursos con potencial turístico de Viñales. Una vez evaluados se procedió a la selección y conformación del itinerario del programa, para lo cual se realizó una lluvia de ideas en la que participaron los autores y los expertos consultados. La variable precio no se definió pues se decidió hacerlo junto con la agencia de viajes comercializadora.

3. Resultados

Fase 1: Estudio del entorno

Etapas 1: Análisis de la demanda

Perfil del turista rural en Cuba: Según Hernández et al. (2021) el perfil del turista rural que visita Cuba coincide con los perfiles internacionales. Los turistas rurales desean romper con la formalidad de su comportamiento en la ciudad, buscan el campo, la interacción con la naturaleza y una oportunidad para desconectar y relajarse. Prefieren viajar hacia destinos que se encuentren entre 2 y 3 horas del lugar de partida, suelen elegir los fines de semana para ello y realizan un promedio de dos escapadas rurales al año.

Viven la experiencia en pareja o en familia y la mayoría tienen una edad superior a los 41 años, siendo el grupo comprendido entre los 18 y 30 años, quienes menos practican la modalidad. Se alojan en casas rurales o hoteles rurales y el gasto medio oscila entre los 26 y 30 euros. Son muy susceptibles a las opiniones y clasificaciones del sitio en internet.

Análisis de la demanda en Viñales: Se procesaron las opiniones de los encuestados con el objetivo de realizar la segmentación de la demanda para Viñales. Se empleó la técnica de análisis de clúster, obteniéndose tres grupos homogéneos, los cuales se identifican a partir de similitudes en los beneficios buscados (Tabla 2).

Tabla 2

Perfil de los segmentos identificados

Segmento	% de la muestra (n=96)	Perfil del segmento	Beneficios y expectativas
No. 1 Excursionistas	47,91%	✓ Han visitado Viñales una vez, con anterioridad siendo la duración de la estancia menos de 24 h. ✓ Conocieron sobre Viñales principalmente por amigos y familiares. ✓ Suelen planificar sus viajes de forma independiente. ✓ Viajan principalmente en familia seguido por amigos. Conformado la mayoría por mujeres entre 15 y 25 años ✓ Mercado nacional	<i>Muy importante:</i> ✓ Disfrute de la naturaleza y el paisaje. ✓ Entorno propicio para el descanso y la relajación. ✓ Realización de senderismo y paseos a caballo. <i>Importante en menor medida:</i> ✓ Acercarse a la cultura y tradición. ✓ Disfrute de la gastronomía local.
No. 2: Aventureros	43,75%	✓ Han visitado Viñales una vez con anterioridad, con una estancia entre 3 días y una semana. ✓ Conocieron sobre Viñales por amigos y familiares. ✓ Planifican sus viajes de forma independiente ✓ Viajan principalmente con amigos. ✓ Prefieren alojarse en casas de renta. ✓ La mayoría mujeres, entre 15 y 25 años. ✓ Mercado nacional	<i>Muy importante</i> ✓ Disfrute de la naturaleza y el paisaje. ✓ Acercarse a la cultura y tradición. ✓ Disfrute de la gastronomía local. ✓ Práctica de la escalada, el senderismo y paseos a caballo <i>Importante en menor medida</i> ✓ Practicar ciclismo, acampar y hacer compras
No. 3. Parejas rurales	8,33%	✓ Han visitado Viñales dos veces, con anterioridad, con una estancia entre 3 días y una semana.	<i>Muy importante</i> ✓ Disfrute de la naturaleza y el paisaje. ✓ Práctica de agroturismo y turismo rural.

Tabla 2

Perfil de los segmentos identificados (continuación)

Segmento	% de la muestra (n=96)	Perfil del segmento	Beneficios y expectativas
		✓ Conocieron sobre Viñales por Internet y en menor medida por amigos y familia.	✓ Adentrarse en la cultura y tradición.
		✓ Organizan los viajes a través de una agencia de viajes o turoperadora.	✓ Senderismo y visitas a plantaciones de tabaco.
		✓ Prefieren alojarse en hoteles y suelen viajar en pareja.	<i>Importante en menor medida</i>
		✓ La mayoría hombres, entre 26 y 40 años.	✓ Disfrute de la gastronomía local.
		✓ En su mayoría mercado internacional.	✓ Actividades de espeleolismo, paseos a caballo y escalada.

Una de las principales limitaciones en la segmentación de la demanda fue el poco alcance que tuvo la encuesta hacia el mercado internacional. Sin embargo, se detectó, aunque poco significativo, en el clúster No.3 gran interés de este público en las actividades relativas al agroturismo, al turismo rural y la inmersión en la cultura y tradición de Viñales. El segmento cuenta con un elevado potencial de crecimiento dada la tendencia internacional post Covid-19 hacia las escapadas rurales. En este sentido, elegirlo como público meta resultará beneficioso pues contribuirá al movimiento de un flujo mayor de turistas hacia Cuba y por ende a la captación de divisas.

Como público potencial se encuentran los clústeres No. 1 y No. 2, ambos de gran significación y con características y motivaciones comunes, mostrándose interesados en la cultura y tradición local. En especial el clúster No. 2 pues suelen pernoctar en el destino.

Etapas 2: Análisis del macroentorno

Factor político-legal: Los Lineamientos del PCC ratifican la necesidad de diversificar la oferta turística y elevar la calidad de los servicios para atraer mayor flujo de turistas internacionales; crecimiento que se ve afectado debido a factores como la inclusión de Cuba en la lista de países patrocinadores del terrorismo. La oferta propuesta debe contribuir a la captación del mercado internacional.

Al diseñar el producto en Viñales, se debe tener en cuenta la Ley 155/2022 “Ley General de Protección al Patrimonio Cultural y al Patrimonio Natural”, la Resolución No. 119 del 2023 del Plan del Sistema Nacional de Áreas Protegidas para el período 2023-2030 y el Plan General de Ordenamiento Urbano del pueblo de Viñales del 2021; de modo que se protejan los valores naturales y culturales de la localidad.

Factor económico: El mundo atraviesa una crisis económica que eleva el costo de vida y por ende repercute en el turismo. Cuba enfrenta el recrudecimiento del Bloqueo Económico, Comercial y Financiero, que restringe los viajes de estadounidenses y dificulta el abastecimiento de insumos en las instalaciones. Ello acarrea déficit de financiamiento que influye en el deterioro constructivo del centro histórico de Viñales.

La inflación y la inestabilidad cambiaria ocasionan inseguridad en los turistas y dificultades en la gestión de las entidades del sector. La estructura económica de Viñales se basa en tres renglones fundamentales: turismo, forestal y agropecuaria. Existen 6 instalaciones estatales de alojamiento: Hotel Los Jazmines, Hotel La Ermita, Hotel Rancho San Vicente, Hotel Central Viñales, Campismo Dos Hermanas y Finca San Vicente, a tener en cuenta para el diseño de la oferta. Ha ocurrido un descenso en sus niveles de ocupación y en la estancia promedio (Álvarez Hidalgo, 2020). El sector no estatal ha crecido con el surgimiento de bares, restaurantes y fincas agroecológicas que pueden ser incluidas en el programa con el fin de contribuir al desarrollo local.

Factor social: Cuba posee un ambiente seguro y las comunidades impulsan el desarrollo turístico. La demanda cada vez más se inclina por escapar hacia zonas rurales, apartadas y menos masificadas. Viñales cuenta con una exquisita cultura a ser aprovechada en el diseño de la oferta, y manifestada a través de las canciones y leyendas campesinas; la vida de la mujer rural con tareas como el cuidado de los animales de corral, el jardín, actividades artesanales; las labores del hombre, el uso del machete, el cuchillo y el sombrero de guano.

Factor tecnológico: Las entidades gestoras del turismo en Cuba no emplean suficientemente las tecnologías de la información y la comunicación en la comercialización y promoción de la oferta (Arceo et al., 2021). Sin embargo, con el fin de facilitar la actividad, se cuenta con servicio de POS (dispositivo electrónico para el cobro con tarjeta), sustentado en la tecnología 4G y plataformas digitales como Suite ZUN, sistema líder de gestión empresarial y Evisa, sistema de gestión de visas de turismo electrónicas.

Factor ambiental: Viñales cuenta con un valor ambiental incalculable pues posee recursos como los mogotes, la flora y fauna endémica, los sistemas cavernarios, resolladeros, ríos subterráneos, sumideros y aguas minero-medicinales. Se ve amenazado por problemas ambientales como los cambios en el paisaje y el deterioro de los senderos y caminos debido al abuso de la capacidad de carga, la sobreexplotación de los senderos, la extracción del medio natural de especies de flora y fauna y la pérdida de áreas naturales y de cultivos por el incremento de la población en las periferias (Sánchez et. al., 2021). El territorio debido a su ubicación geográfica es azotado por frentes fríos y ciclones tropicales que causan severos daños en la infraestructura.

Etapas 3: Análisis del microentorno

Rivalidad entre los competidores existentes: Viñales, como zona turística posee una competencia media. Las Terrazas y Soroa presentan la ventaja de estar más cercanos a la capital y junto a la Ciénaga de Zapata, Topes de Collantes, el Parque Nacional Alejandro de Humboldt y el Parque Nacional Desembarco del Granma constituyen competidores directos pues ofrecen experiencias de turismo de naturaleza y aventuras similares. Viñales presenta como ventaja competitiva el valor geomorfológico de los mogotes, la cultura local campesina con el cultivo del tabaco y su imagen como Paisaje Cultural de la Humanidad.

En el sector no estatal, los propietarios de casas de rentas y agencias privadas ofrecen desde Viñales, de manera informal, la posibilidad de visitar atractivos poco comercializados como “Los Acuáticos”, “el Pan de Azúcar” y las fincas agroecológicas existentes. Por otro lado, Gaviota Tours y las agencias de viaje pertenecientes a la OSDE Viajes Cuba ofrecen excursiones demasiado similares, donde se visitan los mismos atractivos, cambiando el transporte. La mayoría solo incluye la visita a la Cueva del Indio, al Mural de la Prehistoria, al Mirador de los Jazmines y plantaciones de tabaco. En este sentido, la propuesta surge como una oportunidad de diversificación de la cartera de productos para Ecotur poniéndola en una posición competitiva favorable pues se integran atractivos poco explorados por las agencias nacionales no privadas, contando con la comunidad en el centro de la experiencia. “Raíces entre Mogotes” encierra el porqué del paisaje cultural.

Amenaza de entrada de nuevos competidores: La amenaza es alta pues tanto las agencias de viajes como los propios habitantes promocionan los atractivos de la zona y ofrecen su visita, pudiendo diseñar programas similares en el futuro. Sin embargo, existen determinadas barreras de entrada como los permisos necesarios debido a las leyes de protección del medio ambiente y el patrimonio, las inversiones en promoción y los esfuerzos por el logro de la implicación de todos los actores locales involucrados en pos de lograr el objetivo principal de la propuesta, que es el desarrollo local.

Amenaza de productos o servicios sustitutos: La amenaza de sustitutos es alta debido a la gran cantidad de excursiones y modalidades de alojamiento y restauración existentes en Viñales, lo cual se agrava teniendo en cuenta los pocos arribos de turistas internacionales al país y por ende a la zona turística, así como la disminución de visitantes nacionales. Las agencias Cubatur, Viajes Cubanacán, Havanatur y la propia Ecotur ofrecen excursiones, que, aunque no ofrecen variedad de sitios y actividades cuentan con el atractivo del transporte al facilitar autos clásicos, bicicletas y jeeps. Asimismo, cada año salen al mercado ofertas novedosas por parte de agencias privadas y los pobladores locales ofrecen visitas guiadas, que pudieran atender contra el desarrollo exitoso del programa propuesto, por lo que se necesita desarrollar una buena estrategia de promoción.

Poder de negociación de los clientes: Los clientes cuentan con un alto poder negociador ya que tienen acceso a una gran cantidad de información en línea, incluyendo reseñas de alojamientos y entidades de restauración cercanos, comparaciones entre los precios, costos de abastecedores y los detalles en los servicios, lo que les permite elegir la instalación que mejor se adapte a sus necesidades y presupuesto. Ello revela la necesidad de destinar recursos a la promoción de los beneficios de la nueva oferta para convencer a los clientes de adquirirla.

Poder de negociación de los proveedores: Se identifican como suministradores de productos-servicios la comunidad de Viñales, principal protagonista en la creación de la experiencia del turista, las fincas agroecológicas “El Renacimiento” y “El Paraíso”, el hotel Los Jazmines, los restaurantes “Casa de Don Tomás” y “El Bily”, la Casa Taller Raíces, Transtur S.A y los servicios del Fortin Canopy Tour. Se necesita además de permisos para el desarrollo de la actividad por parte de instituciones gubernamentales locales como los órganos locales y de gobierno de Pinar del Río, la Oficina Técnica de Monumentos y Sitios Históricos, el Consejo Nacional de Patrimonio Cultural y los Consejos de Administración Municipal y Provincial que velan por el cumplimiento del Plan de Manejo para Viñales la Asociación Nacional de Agricultores Pequeños (ANAP), y el Ministerio de Ciencia, Tecnología y Medioambiente de Cuba (CITMA).

Fase 2: Diseño del programa turístico

Etapas 1: Diseño de las variables que conforman el programa

Producto

Se diseña lo relativo al producto. En la tabla 3 se muestra la ficha técnica del programa y en la tabla 4 se procede a describir el itinerario.

Tabla 3

Ficha Técnica del programa turístico

Nombre del programa	Raíces entre Mogotes
Tema	La armonía entre la actividad antrópica y la naturaleza ha caracterizado la evolución histórica del paisaje de Viñales donde las prácticas agrícolas tradicionales y la arquitectura vernácula se acoplan en un entorno de riquezas geológicas.
Producto Básico	Ofrecer una inmersión en la naturaleza, tradición y raíces históricas de Viñales descubriendo la esencia del paisaje cultural.
Cantidad de personas	12-15 pax
Duración	3 días y 2 noches
Medio de transporte	Minibus 24 plazas de Transtur S.A.
Agencia comercializadora	Ecotur S.A.

Tabla 4
Producto Tangible

Día 1		
Horario	Parada	Descripción
8:00 am-12:00 pm	La Habana	Recogida y traslado hacia Viñales. Incluye parada intermedia en Las Barrigonas donde el cliente podrá caminar y tomar un refrigerio.
12:00pm- 1:00pm	Hotel Los Jazmines	Parada y early check-in
Desplazamiento hacia el siguiente punto 10 min		
1:10 pm- 5:00 pm	Finca Agroecológica El Renacimiento	Los turistas almorzarán en la finca platos típicos cubanos elaborados con los productos agroecológicos cultivados en la instalación. Conocerán de los propios campesinos sobre todo el proceso de cultivo, secado y torcido del tabaco; así como la extracción de la miel, la producción del café artesanal y la elaboración del ron de guayabitas del pinar. Culminarán con una experiencia de maridaje. Los interesados podrán participar en un paseo a caballo guiado por la finca.
Desplazamiento hacia el siguiente punto 10 min		
5:10 pm- 6:15 pm	Pueblo de Viñales	Tiempo libre para caminar por el pueblo e interactuar con los locales
Desplazamiento hacia el siguiente punto 5 min		
6:20 pm	Hotel Los Jazmines	Regreso al hotel y noche libre
Actividad Opcional		
8:00 pm	Hotel Los Jazmines	Recogida en el hotel
8:10 pm- 10:30 pm	Restaurante El Bily	Cena y disfrute de una velada con música en vivo y oportunidad para bailar.
Día 2		
Horario	Parada	Descripción
5: 30 am	Hotel Los Jazmines	Recogida en el alojamiento
Desplazamiento hacia el siguiente punto 15 min		
5:45 am- 8:10 am	Los Acuáticos	Bajada del autobús e inicio del sendero montañoso hacia el mirador de “La Comunidad de los Acuáticos”. Se aprovecha el trayecto para contarle a los visitantes sobre la creencia local que encierra las propiedades medicinales y terapéuticas de las aguas y sobre el estilo de vida peculiar de los pobladores. Desde el portal de una casa tradicional campesina se podrá disfrutar de jugos naturales, frutas de temporada y el tradicional café. Se apreciará el despertar rural, el cantar de los gallos, el ordeño de las vacas. Oportunidad de interacción con la comunidad. Observación de la salida del Sol sobre el valle a través de un catalejo.
Desplazamiento hacia el siguiente punto 10 min		
8:20am– 9:35 am	Casa Taller Raíces	Los visitantes podrán sentir una fuerza humana espiritual que ha dejado marcas en esculturas, mesas, asientos rústicos y enredaderas. Se contará la historia de cómo inició el proyecto familiar que ya acumula más de 700 esculturas y varios miradores hacia el Valle. Se resume la esencia del paisaje cultural.

Tabla 4

Producto Tangible (continuación)

Desplazamiento hacia el siguiente punto 25 min		
10:00 am- 11:30 am	Gran Caverna de Santo Tomás	Recorrido guiado de 1km por el interior del mayor sistema cavernario de Cuba. Apreciación de la herencia cultural indígena y cimarrona y de la riqueza geológica debido a la presencia de estalactitas, estalagmitas y fósiles. Dar a conocer costumbres campesinas de aprovechar el guano de murciélago como fertilizante, así como las aguas del interior de la cueva en tiempos de sequía. Además, podrán conocer sobre la Revolución Cubana a través de la historia de Los Malagones, quienes se refugiaron allí. Observación de aves como el tomeguín del pinar y el tocororo.
Desplazamiento hacia el siguiente punto 30 min		
12:00 pm- 1:00pm	El Fortín Canopy Tour	Aventura en el canopy. Mirador del pueblo y posibilidad de consumir aperitivos y bebidas.
Desplazamiento hacia el siguiente punto 10 min		
1:10-3:00 pm	Restaurante “Casa de Don Tomás”	Situado en la casa más antigua de Viñales (data del 1889), con vistas del poblado. Disfrute de música tradicional y comida criolla en especial de “Las delicias de Don Tomás”, plato principal de la casa elaborado a base de arroz con jamón, puerco, pollo, langosta y salsa criolla.
Desplazamiento hacia el siguiente punto 10 min		
3:10 pm-4:10 pm	Mural de la Prehistoria	Parada fotográfica para apreciar la representación artística del proceso evolutivo de la vida en la zona.
Desplazamiento hacia el siguiente punto 15 min		
4:25 pm- 7:00 pm	Finca Agroecológica el Paraíso	Cena de despedida con privilegiadas vistas de la puesta de Sol. Posibilidad de realizar el sendero agroecológico y conocer sobre las técnicas de cultivo sostenibles empleadas en la finca, así como el impacto en el desarrollo de la comunidad. Degustación de comida criolla cocinadas al carbón, con opciones vegetarianas y veganas. Famosa por sus recetas de cochinitillo y “El coctel anti estrés con vitamina R”.
Desplazamiento hacia el siguiente punto 15 min		
7:15 pm	Hotel Los Jazmines	Llegada al alojamiento y noche libre.
Día 3		
Hora	Parada	Descripción
9:00 am	Hotel Los Jazmines	Recogida y transfer a La Habana después del desayuno

Fuente: Elaboración propia

Resulta imprescindible la presencia de guías locales, con dominio de la historia y los valores naturales y culturales de Viñales. Deben ser capaces de comunicarse en diferentes idiomas como requisito básico y de fomentar el respeto hacia las costumbres de los pobladores. Necesitan dominar los senderos y tener habilidades y conocimientos básicos de escalada, senderismo, espeleología y primeros auxilios.

Se recomienda a los turistas llevar calzado cerrado y con buen agarre y ropa cómoda, preferiblemente de manga larga y utilizar protector solar. Además, deben llevar una botella de agua para mantenerse hidratados durante todo el trayecto.

Producto Aumentado: Los clientes descubrirán la evolución histórica del paisaje de Viñales, apreciando las huellas fósiles, aborígenes y cimarronas. Experimentarán en primera persona la vida campesina, desde el amanecer en la montaña, el café artesanal, el cuidado de los animales, el ordeño de las vacas, la recolección de miel y frutas, el sembrado agroecológico de hortalizas y vegetales y el proceso de elaboración del tabaco. El programa requiere del empoderamiento de la comunidad local, quienes serán los protagonistas en la transmisión de sus tradiciones e historias. Los turistas podrán degustar un tabaco torcido con sus propias manos en la Finca Agroecológica El Renacimiento y recibirán como souvenir una estatuilla de madera confeccionada en el Taller Raíces.

Distribución

La Agencia de Viajes Ecotur S.A será la comercializadora del programa, la cual tiene vasta experiencia en la promoción y venta de servicios turísticos de naturaleza y especializados para segmentos de demanda ecológicamente responsables. Cuenta con variadas excursiones y programas con estancias y visitas a Áreas Naturales Protegidas incluyendo Viñales; y es la organizadora y receptiva oficial de diferentes eventos como el Evento Internacional de Turismo de Naturaleza (TURNAT) (Velásquez, 2020). Consecuentemente, la distribución directa se realizará a través del sitio web de la agencia y los diferentes burós de reservas en el país.

La distribución indirecta seguirá una estrategia selectiva, basando la selección de los intermediarios en las características del producto y el segmento de demanda objetivo. Ecotur ofrece la oportunidad de llegar al mercado internacional a través de relaciones comerciales con turoperadores y agencias extranjeras que solicitan sus servicios, los cuales jugarán un papel fundamental en la distribución del producto (Velásquez, 2020).

Comunicación

Al encontrarse el producto en su etapa introductoria según su ciclo de vida y con el objetivo de generar demanda, los esfuerzos deben centrarse en promover la conciencia, conocimiento y gusto en los clientes. Se llevará a cabo una estrategia que combina el push y el pull para alcanzar una mayor cobertura de la demanda. En correspondencia, se plantean como pilares fundamentales la publicidad, las relaciones públicas, la promoción en ventas y la venta personal para familiarizar al cliente con las características y temática del programa, así como con los valores que aporta. Como parte de la publicidad y dada la significación del Internet para el público objetivo, se debe promocionar el producto en las redes sociales y el sitio web de Ecotur. A través de un contenido sugerente se transmitirá

información sobre el patrimonio natural y cultural de Viñales, el itinerario de cada día, los atractivos incluidos, testimonios de los locales, los beneficios a la comunidad, la respuesta a posibles dudas y las vías de reserva.

La promoción en ventas estimulará la compra por vez primera del producto a través de descuentos y sorteos. Las relaciones públicas estarán dirigidas a elevar la credibilidad de la oferta de modo que se estimule a los vendedores e intermediarios de los canales reduciendo los costos. Asimismo, se promoverán los Fam Trips y las colaboraciones con influencers de viajes y bloggers para que documenten la experiencia y atraigan a sus seguidores. La venta personal se realizará desde los burós de venta de la agencia de Ecotur S.A. y se fomentará la participación en ferias comerciales como la Feria Internacional del Turismo.

4. Conclusiones

- La investigación permitió identificar y documentar diversos recursos y atractivos turísticos vinculados al patrimonio cultural y natural de Viñales, los cuales representan una oportunidad significativa para diversificar la oferta turística de la zona.
- Se diseñó un itinerario turístico especializado que incluye visitas a sitios de interés histórico, cultural y natural en Viñales. Este itinerario se basa en un análisis detallado de los recursos disponibles y se ajusta a las expectativas y preferencias del segmento meta.
- El proyecto no solo enriquece la oferta turística de Viñales, sino que también fomenta el desarrollo de un turismo rural de manera más sostenible. La inclusión de elementos del patrimonio inmaterial de Viñales como las costumbres campesinas añade un valor único a la experiencia turística, alineándose con las tendencias actuales que buscan vivencias auténticas y personalizadas. El programa resume la esencia del Paisaje Cultural.

5. Conflicto de intereses

Los autores declaramos que no existe conflicto de intereses en relación con el artículo presentado.

6. Declaración de contribución de los autores

Las autoras contribuyeron significativamente en la elaboración del artículo.

7. Costos de financiamiento

La presente investigación fue financiada en su totalidad con fondos propios de los autores.

8. Referencias Bibliográficas

- Alfonso Dovale, M., González Slovasovich, C. M., & Pérez Hernández, I. (2021). Rediseño de la modalidad de turismo de aventura en el destino de naturaleza Viñales. *Cooperativismo Y Desarrollo*, 9(1), 243–257. Recuperado a partir de <https://coodes.upr.edu.cu/index.php/coodes/article/view/367>
- Álvarez Hidalgo, S. (2020). *Propuesta de una Estrategia de Turismo Comunitario en el destino Viñales*. [Tesis de Maestría, Universidad de La Habana]. <https://fototeca.uh.cu/files/original/2131032/Saray-Alvarez-Hidalgo>
- Arceo Martínez, A., & Malvarez Cuello, A. (2021). Diseño de la ruta turística cultural “Laberinto de leyendas y tradiciones”. *Explorador Digital*, 5(2), 50-73. <https://doi.org/10.33262/exploradordigital.v5i2.1652>
- Armstrong, G., Kotler, P. (2013) *Fundamentos de Marketing*. (11na ed.). Person Education S.A.
- Carrillo Vargas, A. I.; Ávalos De La Cruz, D. A.; Juárez Sánchez, J. P.; Aguilar González, L. A.; García, C. G. (2021). Turismo rural y turismo de naturaleza en la región de las grandes montañas de Veracruz. *Rosa Dos Ventos*, 13(3) <https://Www.Redalyc.Org/Articulo.Oa?Id=473569971003>
- Castro Barrio, A. M., Martínez Maquiera, Y., Valdivia Fernández, I. M., & Salinas Chavez, E. (2020). Impactos de la práctica del turismo alternativo, en la gestión del área protegida Parque Nacional Viñales, Pinar del Río, Cuba. *Revista Eletrônica Da Associação Dos Geógrafos Brasileiros, Seção Três Lagoas*, 1(31), 12-47. <https://periodicos.ufms.br/index.php/RevAGB/article/view/10001>
- Díaz Pompa, F., De la Caridad Leyva-Fernández, L., Pérez, O. L. O., & Mulet, Y. S. (2020). El turismo rural sostenible en Holguín. Estudio prospectivo panorama 2030. *El Periplo Sustentable*, 38, 174. <https://doi.org/10.36677/elperiplo.v0i38.9265>
- Gai, A. M., Mahmudin, T., Violin, V., Utama, A. N. B., & Apramilda, R. (2024). Analysis of The Effect of Cultural Tourism Development, Accessibility and Economic Policy on Tourism Competitiveness in Indonesia. *International Journal of Engineering Science and Information Technology*, 4(2), 16-20. <https://doi.org/10.52088/ijesty.v4i2.485>
- González Peraza, B. de la C., Quintana Soto, M., Hernández Flores, Y., & Velasteguí López, L. E. (2020). Diseño de un producto turístico para los viajeros procedentes de la Comunidad Autónoma de Galicia a La Habana.

ConcienciaDigital, 3(4), 45-61.

<https://doi.org/10.33262/concienciadigital.v3i4.1424>

Hernández Flores, Y.; Cruz Pérez, Y.; Gutierrez Leyva, J. E.; Vento Rodríguez, C. D. (2021). Turismo rural y su futuro inmediato en el contexto de la COVID-19 en Cuba. *Revista COODES*. p. 457-485.

<https://coodes.upr.edu.cu/index.php/coodes/article/view/417>

Hernández Flores, Y.; Sánchez Borges, Y.; Saldíña Silvera, B. y Rives González, K.A. (2020). Características de la demanda potencial del destino Cuba en la nueva normalidad postcoronavirus. *Revista Internacional de Turismo, Empresa y Territorio*, 4 (2), 158-177. <https://doi.org/10.21071/riturem.v4i2.13050>

Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2020). *Metodología de la investigación: las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*.

<https://www.academia.edu/download/64591365/Metodolog%C3%ADvestigaci%C3%B3n.%20Rutas%20cuantitativa,%20cualitativa%20y%20mixta.pdf>

Noa, D., Gascón, D., & Rodríguez, E. (2024). Creación de capacidades de gestión para el desarrollo del turismo rural: un enfoque desde la colaboración Universidad-Empresa. *Suma de Negocios*, 15(32), 8-

16. <https://doi.org/10.14349/sumneg/2024.v15.n32.a2>

Pelegriñ Naranjo, L., Novoa Fernández, B. M., Pérez Torres, L. L., Pelegriñ Entenza, N., & Vázquez Pérez, A. (2022). Rural Tourism as An Engine for Socio-Economic Reactivation: Camajuaní Case in The Central Zone of Cuba. *Journal of Positive School Psychology*, 6958-6969.

<https://www.journalppw.com/index.php/jpsp/article/view/8734>

Ramos Hernández, A. L., Lemus Martínez, Y., & Crespo Santoyo, D. (2020). Impacto del turismo de naturaleza en el Parque Nacional Viñales. *Avances Investigación En Ingeniería*, 23(1), 61-

75. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/7925376.pdf>

Sánchez Borges, Y., & Sánchez Llabona, M. C. (2021). Procedimiento para el diseño del producto turístico "GreenRoad" para la agencia de viajes Ecotur SA. *Cooperativismo y Desarrollo*, 9(1), 61-92.

http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2310340X2021000100061&script=sci_arttext&tlng=pt

Sánchez Carrillo, M. A.; Romero Miranda, R.; Miranda Dopico, J.C. (2021). Turismo sostenible en Viñales, una mirada reflexiva a su implementación desde el Parque

Nacional Viñales. *ECOVIDA* 11(2)

<https://revistaecovida.upr.edu.cu/index.php/ecovida/article/view/228>

Velázquez, A. (2020). *Acciones para la gestión del comercio electrónico en la agencia de viajes ECOTUR* [Tesis de pregrado no publicada]. Facultad de Turismo, Universidad de La Habana, Cuba.

El artículo que se publica es de exclusiva responsabilidad de los autores y no necesariamente reflejan el pensamiento de la **Revista Ciencia & Turismo**.



El artículo queda en propiedad de la revista y, por tanto, su publicación parcial y/o total en otro medio tiene que ser autorizado por el director de la **Revista Ciencia & Turismo**.

