

DISEÑO DE UN PROYECTO DE PRODUCTO TURÍSTICO EN LA MODALIDAD TURISMO DE NATURALEZA EN VIÑALES

Design of a tourism product project in the nature tourism modality in Viñales

Desenho de um projeto de produto turístico na modalidade turismo de natureza em Viñales

Estudiante José Daniel Rojas Rojas ^{1*}, <http://orcid.org/0009-0008-8880-8368>

MSc. Reniel Toledo Gómez ², <https://orcid.org/0000-0001-8364-452X>

MSc. Asiel Cabrera Guerrero ³, <http://orcid.org/0000-0002-8858-0331>

^{1,2} Universidad de Matanzas, Cuba

³ Universidad de Oriente, Cuba

*Autor para correspondencia. email jose.rojas@est.umcc.cu

Para citar este artículo: Rojas Rojas, J. D., Toledo Gómez, R. y Cabrera Guerrero, A. (2026). Diseño de un proyecto de producto turístico en la modalidad turismo de naturaleza en Viñales. *Maestro y Sociedad*, 23(2), 1452-1465. <https://maestroysociedad.uo.edu.cu>

RESUMEN

Introducción: El turismo de naturaleza en Viñales enfrenta desafíos como la insuficiente integración de la cultura campesina y la prevalencia del modelo "Sol y Playa", lo que limita el aprovechamiento sostenible de recursos naturales y culturales. Materiales y métodos: Se aplicó parcialmente el procedimiento de Moure (2022) con fases de diagnóstico, diseño conceptual y viabilidad, empleando análisis documental, observación directa, tormenta de ideas y las cinco fuerzas de Porter para estudiar demanda y competencia. Resultados: Se identificaron dos mercados principales (nacional y alemán) y tres segmentos; el análisis competitivo mostró alta rivalidad pero ventajas en autenticidad y patrimonio. Se inventariaron atractivos como el Valle de Viñales, la Gran Cueva de Santo Tomás y sitios arqueológicos. El producto diseñado es una excursión de tres días con capacidad máxima de 12-15 personas, que incluye espeleología, senderismo, canopy, visitas a fincas agroecológicas y el Palenque de los Cimarrones, alineado con los ODS de la Agenda 2030. Discusión: La integración de recursos subutilizados y la limitación de capacidad de carga responden a principios de sostenibilidad; la prueba piloto con turistas nacionales permitió ajustes logísticos; el marco legal (Ley 155/2022) respalda la operación. Conclusiones: Viñales posee potencialidades para productos turísticos integrados de naturaleza; el proyecto diseñado contribuye al desarrollo local sostenible.

Palabras clave: producto turístico, proyecto turístico, sostenibilidad, turismo de naturaleza, Viñales.

ABSTRACT

Introduction: Nature tourism in Viñales faces challenges such as the insufficient integration of rural culture and the prevalence of the "Sun and Beach" model, which limits the sustainable use of natural and cultural resources. Materials and methods: The Moure (2022) procedure was partially applied, with phases of diagnosis, conceptual design, and feasibility, using document analysis, direct observation, brainstorming, and Porter's Five Forces to study demand and competition. Results: Two main markets (domestic and German) and three segments were identified; the competitive analysis showed high rivalry but advantages in authenticity and heritage. Attractions such as the Viñales Valley, the Great Cave of Santo Tomás, and archaeological sites were inventoried. The designed product is a three-day excursion with a maximum capacity of 12-15 people, including caving, hiking, canopy tours, visits to agroecological farms, and the Palenque de los Cimarrones (Maroon Palenque), aligned with the Sustainable Development Goals of the 2030 Agenda. Discussion: The integration of underutilized resources and the limitation of carrying capacity respond to principles of sustainability; the pilot test with domestic tourists allowed for logistical adjustments; the legal framework (Law 155/2022) supports the operation. Conclusions: Viñales has potential for integrated nature tourism products; the designed project

contributes to sustainable local development.

Keywords: tourism product, tourism project, sustainability, nature tourism, Viñales.

RESUMO

Introdução: O turismo de natureza em Viñales enfrenta desafios como a insuficiente integração da cultura rural e a prevalência do modelo "Sol e Praia", que limita o uso sustentável dos recursos naturais e culturais. Materiais e métodos: O procedimento de Moure (2022) foi parcialmente aplicado, com fases de diagnóstico, concepção e viabilidade, utilizando análise documental, observação direta, brainstorming e as Cinco Forças de Porter para estudar a demanda e a concorrência. Resultados: Foram identificados dois mercados principais (nacional e alemão) e três segmentos; a análise da concorrência mostrou alta rivalidade, mas vantagens em autenticidade e patrimônio. Atrações como o Vale de Viñales, a Gruta de Santo Tomás e sítios arqueológicos foram inventariados. O produto desenvolvido é uma excursão de três dias com capacidade máxima de 12 a 15 pessoas, incluindo espeleologia, caminhadas, tirolesa, visitas a fazendas agroecológicas e ao Palenque de los Cimarrones (Palenque Maroon), alinhada aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável da Agenda 2030. Discussão: A integração de recursos subutilizados e a limitação da capacidade de carga respondem aos princípios da sustentabilidade; o teste piloto com turistas nacionais permitiu ajustes logísticos; o marco legal (Lei 155/2022) apoia a operação. Conclusões: Viñales tem potencial para produtos de turismo de natureza integrado; o projeto concebido contribui para o desenvolvimento local sustentável.

Palavras-chave: produto turístico, projeto turístico, sustentabilidade, turismo de natureza, Viñales.

Recibido: 5/2/2026 Aprobado: 28/3/2026

INTRODUCCIÓN

El turismo es un sector dinámico y con gran capacidad de crecimiento, por lo que es una de las actividades más importantes en la economía mundial, donde el turista se encuentra en búsqueda de experiencias únicas, acorde a sus nuevos gustos, necesidades y preferencias. (Albert, et al., 2013). La aventura y el riesgo se encuentran entre las características más relevantes del perfil del turista en el siglo XXI, al igual que un aumento de la curiosidad por el medio natural. También la búsqueda de emociones extremas fuera de lo habitual y la adrenalina son parte de ese perfil. (Velázquez y Zhou, 2021)

El turismo de naturaleza comprende todas aquellas prácticas realizadas en entornos naturales, caracterizadas por la participación activa del turista, mayor contacto con las comunidades receptoras y sus culturas, así como por una mayor independencia y libertad de acción (Palomino y López, 2019). El turismo de naturaleza, como modalidad turística, surgió como alternativa antes los efectos negativos del turismo masivo, que degrada los ecosistemas y pone en riesgo los valores culturales asociados. (Pelegrín, 2022)

La Organización Mundial del Turismo (OMT, 2019) define al ecoturismo como una actividad turística que basada en la naturaleza, cuya motivación radica en descubrir, experimentar y apreciar tanto la diversidad biológica como cultural, con una actitud responsable hacia el ecosistema y la comunidad. Por otra parte, en el turismo rural la experiencia del visitante se relaciona con un espectro de productos que se vinculan entre sí, como pudiesen ser: las actividades de naturaleza y agricultura, en conjunto con las culturas. De manera complementaria, esto, permite recuperar los espacios rurales y diversificar su economía local (Walter et al., 2023). Este último se reconoce como una alternativa de diversificación económica y revitalización de los espacios rurales, destacando el patrimonio natural, cultural y paisajístico de cada territorio (Pérez, 2010, citado en Ayala et al., 2023).

El turismo se identifica como una solución para atenuar los problemas estructurales que afecten a las zonas rurales, pues actúa como un complemento a la economía tradicional en las localidades por su capacidad de dinamizar el desarrollo socioeconómico de un territorio (Pelegrín et al., 2022). En Cuba, los recursos naturales y paisajísticos poseen un alto valor científico y estético, lo que permite desarrollar el turismo de naturaleza bajo bases sostenibles que favorezcan tanto la conservación ambiental como los beneficios económicos para las comunidades locales (González, 2019; Barbosa, 2019). El patrimonio histórico y cultural del mundo rural constituye, además, un atractivo significativo que ha comenzado a utilizarse como motor de desarrollo local, posicionando al turismo rural como una actividad estratégica (Noa y Salabarría, 2025). Sin embargo, persisten limitaciones, entre ellas la insuficiente integración de la cultura campesina y la actividad agrícola en los productos turísticos, así como la prevalencia de un enfoque centrado en el modelo de "Sol y Playa" (Sánchez y Lee, 2025; Castro et al., 2020; Salinas et al., 2019). Lo cual llevó a limitar el reconocimiento de

las potencialidades en los recursos naturales, culturales y gastronómicos y por ende su aprovechamiento sostenible en áreas de desarrollo local.

Particularmente en Pinar del Río, estudios previos evidencian que, pese al potencial de la provincia para modalidades como el ecoturismo, el turismo de aventura y el turismo científico, aún se registran carencias de gestión, falta de integración entre sectores locales y problemas asociados a la sobreexplotación de recursos (Crespo et al., 2017; Noa et al., 2024). Estas deficiencias se manifiestan en espacios emblemáticos como Viñales, donde la subutilización de recursos, la falta de productos ecoturísticos integrados y la insuficiente coordinación entre actores locales dificultan un aprovechamiento sostenible.

En este contexto, surge la necesidad de diseñar un producto turístico de naturaleza que combine sostenibilidad, experiencias auténticas y beneficios socioeconómicos para la población local. Tal como afirman Martínez y Pelegrín (2021), este tipo de producto debe tener un carácter experiencial que genere emociones memorables; mientras que otros autores enfatizan la importancia de integrar cultura, agricultura, gastronomía y manifestaciones artísticas (Romeu y González, 2019; Gimmon y Folzensztein, 2021). Asimismo, la sostenibilidad constituye un pilar esencial, entendida como el equilibrio entre conservación ambiental y desarrollo económico, en concordancia con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) 8, 12 y 14 de la Agenda 2030 (Martínez, 2017; Khodzhaeva, 2021; Lojano et al., 2023).

En el contexto de crecientes expectativas globales sobre experiencias auténticas, sostenibilidad ambiental y responsabilidad social en el turismo natural (Sthapit et al., 2023), y reconociendo los desafíos específicos de Viñales evidenciados en estudios locales sobre la implementación del turismo sostenible en el Parque Nacional Viñales (Sánchez Carrillo, 2021) y la necesidad de rediseño de productos turísticos de naturaleza en Cuba que incluyan patrimonio cultural y gestión ambiental (Pelegrín, 2022), el presente artículo tiene como objetivo diseñar un proyecto de producto turístico en la modalidad de turismo de naturaleza en Viñales que articule sus valores naturales, culturales y paisajísticos con criterios sólidos de sostenibilidad.

MATERIALES Y MÉTODOS

La investigación se concibió como un estudio aplicado, orientado a la implementación práctica del conocimiento para el diseño de un producto turístico de naturaleza. Su enfoque fue exploratorio y descriptivo, lo que permitió caracterizar el contexto, las particularidades del medio y ofrecer un panorama real del objeto de estudio. El diseño fue no experimental, basado en la creación y estructuración de un producto turístico, siguiendo el procedimiento metodológico propuesto por Moure (2022).

La aplicación del procedimiento metodológico fue parcial, ejecutándose hasta el paso No. 3 de la etapa III, debido a la necesidad de priorizar las fases de diagnóstico, diseño conceptual y pruebas preliminares del producto. Esta decisión permitió concentrarse en la caracterización de la demanda, el análisis de la competencia y el inventario de recursos locales, así como en la definición del concepto del producto, asegurando que su diseño respondiera a las necesidades del mercado y a criterios de sostenibilidad ambiental, sociocultural y económica, garantizando su viabilidad y aplicabilidad futura antes de realizar evaluaciones económicas y comerciales completas.

Fase I: Identificación de la Demanda y la Competencia

Se realizó el estudio de demanda mediante el análisis de los visitantes al destino cuantitativamente y los perfiles propuestos por diversos autores, esto para conocer hacia quién se dirigiría el producto turístico, a partir de la segmentación del mercado. El análisis de competencia se realizó con el empleo de las Cinco Fuerzas Genéricas de Michael Porter, esto para estudiar el entorno, el comportamiento de productos similares al propuesto, las amenazas y oportunidades de crecimiento en el mercado. Se emplearon los métodos: revisión documental, histórico-lógico, análisis-síntesis.

Fase II: Diseño del producto

Etapa I: Identificación de los recursos, atractivos turísticos y ecosistemas

En esta etapa se realizó un inventario de los principales atractivos turísticos disponibles para uso público, de manera ordenada con las características principales de cada uno de los recursos. Se agregaron valoraciones pertinentes en algunos casos. Se emplearon los métodos: revisión documental y análisis-síntesis.

Etapa II: Diseño del producto

Paso No.1: Generación y selección de ideas

Se estimuló el pensamiento creativo por parte de quienes trabajaban por la conformación del producto para generar ideas sobre su diseño, se tuvieron en cuenta variables como: características, necesidades, deseos del mercado, tendencias del mercado, mercados potenciales y barreras de entrada. Para ello se empleó como herramienta la tormenta de ideas. A partir de los criterios antes descritos se analizaron las ideas y seleccionó la más viable en correspondencia con las expectativas del cliente y las posibilidades técnicas de llevarlo a la práctica. Se emplearon los métodos: análisis-síntesis, revisión documental e histórico-lógico.

Paso No.2: Atributos y requerimientos del producto

Se analizaron los atributos que caracterizan a los atractivos turísticos e identificaron los tipos de actividades que el turista puede realizar. De igual manera se estudiaron los elementos necesarios para que pueda concretarse técnicamente el producto y satisfacer las necesidades para las que se diseña. Se emplearon los métodos: revisión documental y análisis y síntesis.

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

Como el desarrollo de un nuevo producto puede tener varios conceptos, se analizaron hasta llegar a uno, es decir conceptualizarlo, después se puso a prueba para entender si este estaba cumpliendo con lo que deseaba el mercado o necesitaba una reformulación.

Paso No.4: Diseño del producto final

A partir de la retroalimentación en el paso No. 3, y de conjunto con los respectivos análisis de demanda, competencia, inventario de recursos y concepto, se procedió a elaborar los itinerarios del producto, realizando un análisis en coherencia con la oferta actual del destino. Se empleó el método de análisis-síntesis.

Etapa III: Estudios de Viabilidad

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

Se analizaron los posibles impactos, tanto negativos como positivos, que pudiese tener el producto en el medio natural, así como sus medidas de mitigación. Se emplearon los métodos: análisis-síntesis y revisión documental.

Paso No. 2: Viabilidad administrativo legal

Se analizó el marco legal en cuanto al proceso de gestión del producto, las obligaciones fiscales que contrae y la obligatoriedad del cumplimiento de las regulaciones al respecto del uso y explotación del espacio natural. Se empleó el método de revisión documental.

Paso No. 3: Impacto Social

Se realizó para verificar el impacto social que puede tener el producto una vez puesto en práctica, se emplearon indicadores como la generación de nuevos empleos, y los beneficios para los habitantes de la localidad. Se empleó el método de análisis y síntesis.

Paso No. 4: Viabilidad económico-financiero-comercial

Consistió en realizar la evaluación económico financiera y comercial final del proyecto, y compararlo con lo propuesto inicialmente. Esto se hizo para estudiar la necesidad de ajustes en el costo, precio y mínimos de clientes. En cuanto a la viabilidad comercial se realizó para conocer si realmente el producto cumple con las expectativas y evaluar el atractivo del producto al cliente.

Fase III: Revisión y seguimiento

El objetivo fue velar por el monitoreo sistemático de los indicadores para medir y determinar la efectividad del producto turístico de naturaleza diseñado; analizar las decisiones y los resultados para que el nuevo ciclo de implantación permita el alcance de las metas que se propongan.

RESULTADOS

Análisis de la Demanda en Viñales

Al considerar los datos que ofrece el Anuario Estadístico de Cuba, de la Oficina Nacional de Estadísticas (ONEI) en el año 2025 los principales mercados emisores son: Canadá, Estados Unidos de América, Rusia,

México, Argentina, Alemania, España, Colombia e Italia. A partir del Anuario Estadístico Provincial 2024 de la Provincia de Pinar del Río, se observa que El turismo nacional creció en los últimos años (2021 en adelante), en el año 2023 representó el 96% de las pernoctaciones en la provincia, especialmente los fines de semana. Los meses de mayor incidencia son agosto (33,7 % respecto al total de visitantes en el año 2023), julio, abril y febrero. Los meses de menor cantidad de visitas son diciembre, septiembre y noviembre.

En el año 2023 de 226 513 Turistas Físicos Totales, solo 22 538 provenían de los principales países emisores, representando un 9,95 % para el Turismo Extranjero. El principal mercado internacional es el alemán, que muestra un leve crecimiento desde la recuperación de la pandemia, este representa en el año base (2023), el 28,25 % de los Turistas Físicos Totales Internacionales, seguido de Países Bajos.

Perfil General del Turista que consume productos de naturaleza:

Los turistas que deciden realizar turismo rural buscan romper con la formalidad de su comportamiento en la ciudad. Encuentran en el campo una oportunidad para restituir sus energías y el equilibrio (Hernández et, al. 2021). El turista de naturaleza tiende a ser joven, y se encuentra en un rango de edad de entre 25 – 40 años (Duque 2022). Al analizar los datos que ofrece la ONEI junto al perfil general del turista se establecen dos grandes mercados: el primero de estos, el mercado nacional; y el segundo el mercado alemán.

Segmentación de la demanda

En la investigación realizada por Díaz et al. (2025) se establecen los siguientes segmentos de demanda en Viñales:

Tabla 1. Segmentación del mercado en Viñales.

Segmento	Frecuencia de visita	Perfil	Expectativas
Excursionistas	Una vez, estadía < 24 h	Mercado nacional, mujeres 15–25 años, planificación independiente, viajan en familia o con amigos	Disfrutar naturaleza y paisaje, senderismo, paseos a caballo, relajación
Aventureros	Una vez con anterioridad, estadía 3–7 días	Mercado nacional, mujeres 15–25 años, planificación independiente, viajan con amigos	Experiencias culturales, gastronomía local, escalada, senderismo, paseos a caballo
Parejas	Dos veces con anterioridad, estadía 3–7 días	Mercado internacional, hombres 26–40 años, organizan viaje a través de agencias, prefieren hoteles	Agroturismo, turismo rural, senderismo, visitas a plantaciones de tabaco

Fuente: elaboración propia a partir de Díaz et al., (2025)

Análisis de la Competencia en Viñales

Para analizar el entorno competitivo se emplean las cinco fuerzas genéricas propuestas por Michael Porter.

Fuerza 1: Rivalidad entre Competidores Existentes

La rivalidad competitiva que enfrenta Viñales se considera alta. Los principales competidores directos son destinos consolidados como Costa Rica; Jamaica, con sus montañas azules y experiencias de turismo de aventura; República Dominicana, que ha diversificado su oferta hacia el turismo rural y ecológico; y Puerto Rico, que comparte características geológicas similares con sus formaciones kársticas y sistemas de cuevas. Estos destinos enfrentan desafíos similares en términos de sostenibilidad ambiental y necesidad de modernización tecnológica. Viñales compite en desventaja en aspectos como la infraestructura turística, y la conectividad internacional, pero mantiene ventajas competitivas en su autenticidad cultural, y paisaje kárstico declarado Patrimonio Mundial.

Fuerza 2: Amenaza de Nuevos Entrantes

La amenaza de nuevos productos en el mercado de turismo de naturaleza que compite directamente con Viñales puede clasificarse como media-baja, debido a la existencia de barreras de entrada que protegen la posición competitiva del destino. Las principales barreras incluyen la regulación del sistema económico, que controla el desarrollo turístico y limita la entrada de operadores privados; la necesidad de inversiones en infraestructura turística especializada para áreas protegidas. Sin embargo, algunos factores facilitan la entrada potencial de nuevos competidores, como el creciente interés en turismo sostenible y experiencias únicas; las políticas gubernamentales cubanas que, a pesar de sus limitaciones, comenzaron a promover el turismo de naturaleza como una alternativa al turismo de masa.

Fuerza 3: Poder de Negociación de Proveedores

El poder de negociación de los proveedores es medio-alto. Existe una limitada oferta de proveedores privados legales, lo que fortalece la posición negociadora de los proveedores existentes, tanto estatales como privados. La infraestructura limitada en Viñales crea dependencia de determinados proveedores para servicios como el transporte y la alimentación.

Fuerza 4: Poder de Negociación de Compradores

El poder de negociación de los compradores presenta características de nivel medio-alto. Los visitantes de Viñales se segmentan en categorías distintas con diferentes niveles de poder negociador: turistas internacionales, principalmente europeos y canadienses con alto poder adquisitivo y amplio acceso a información comparativa sobre destinos alternativos; turismo nacional, con menor nivel adquisitivo, pero con conocimiento del destino. El poder de los compradores se incrementa por el acceso a información digital. Las consideraciones económicas en la selección de destinos en el contexto post-pandémico, aumentaron la sensibilidad al precio de muchos segmentos, lo que fortalece su posición negociadora. Sin embargo, el poder de los compradores se ve moderado por las particularidades del paisaje de Viñales, y la designación UNESCO que agrega prestigio y exclusividad.

Fuerza 5: Amenaza de Productos Sustitutos

La amenaza de productos sustitutos es alta. Los sustitutos directos más significativos incluyen otros paisajes kársticos internacionales como la Riviera Maya en México. El turismo de montaña y aventura en destinos como Costa Rica, Jamaica, y Puerto Rico; proporciona experiencias de naturaleza comparables con mejor conectividad y servicios. Los sustitutos indirectos amplían la amenaza competitiva, tales como las formas de turismo cultural en Cuba: La Habana Colonial, Trinidad, y Santiago de Cuba.

El análisis establece que el mercado de turismo de naturaleza en Viñales es competitivo, con gran rivalidad debido a la existencia de competidores en la región caribeña y de sustitutos indirectos que son de la preferencia de una parte de los clientes que visitan Cuba. No obstante, al enfocarse en el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible, puede ser un elemento que lo diferencie en relación a otros productos en destinos especializados en esta modalidad turística. También se considera el poder de compra, al tener productos similares cerca, sin embargo, la disposición de estos segmentos a pagar por experiencias únicas, sensoriales, de relajación y relación directa con la naturaleza, sugiere una posibilidad alta de fidelización.

Identificación de los recursos, atractivos turísticos y ecosistemas culturales

De acuerdo con Alfonso et al. (2021) entre los principales atractivos de Viñales se encuentran su bello paisaje, el relieve con diferentes niveles que posibilita el desarrollo de actividades de aventura, la presencia de paredes verticales en unidades de mogotes, flora de variedad, fauna con representatividad de moluscos, la presencia de un sistema cavernario, tradiciones históricas y culinarias. Presenta potencialidades para el desarrollo de productos como el trekking, escalada, canopy y jeep safari.

Suárez et al. (2023) identifica los sitios que se reconocen con categorías relativas al patrimonio cultural y natural, en Viñales. Entre los sitios arqueológicos con valores naturales y pinturas rupestres se encuentran la Cueva del Garrafón, Cueva del Cura, y la Cueva de los Petroglifos, todos ellos declarados como Monumentos Locales. Por otra parte, en los Monumentos Nacionales se ubican el Valle de Viñales, como sitio de valor excepcional; la Palma Corcho, monumento natural y única de su especie botánica que ostenta esta condición; y la Gran Caverna de Santo Tomás, sistema cavernario de 47 km y siete pisos. Declarados Patrimonio Cultural de la Humanidad, el Pueblo y Valle de Viñales por su valor excepcional; de igual manera este último también se considera una zona de alta significación ambiental e importancia histórico-cultural.

A partir de la valoración de los autores anteriores se procede a listar los principales atractivos para uso público, en la tabla 2, para la conformación del producto de naturaleza.

Tabla 2. Principales atractivos para el uso público.

Elementos naturales	Principales características
Parque Nacional de Viñales	Declarado Patrimonio Mundial por la UNESCO, ubicado en la Sierra de los Órganos, compuesto por mogotes, pequeños montes escarpados de piedra caliza. Se describe como valle kárstico.
Mirador de los Jazmines	Tiene una vista privilegiada de todo el valle y de la Sierra de los Órganos.
Mural de la Prehistoria	Tiene una longitud de 120 metros, y es una de las pinturas más grandes realizadas a cielo abierto.

Cueva del Indio	Debe su nombre a sus primeros habitantes. En su interior se encuentra el río San Vicente, el cual se recorre en pequeñas lanchas motorizadas. Contiene formaciones geológicas como estalactitas y estalagmitas. Se encuentra iluminada artificialmente en sus $\frac{3}{4}$ partes.
Palenque de los Cimarrones	En su interior se ubica un bar, que en las noches funciona como discoteca. Tiene acceso subterráneo. En este sitio se presentan historias de los cimarrones y la cultura local.
Jardín Botánico de Viñales	Declarado Monumento Nacional, alberga variedades de flores tropicales y árboles típicos de la región, como la Palma Corcho.
Parque Prehistórico Referencia Nacional	Museo al aire libre que se destaca por su colección de especímenes paleontológicos, biológicos, arqueológicos, y de medicina natural.
Cueva del Palmarito	Mayor gruta subterránea del país. Se conoce también como cueva del silencio, por su espacio oscuro y silencioso. En su interior tiene un lago, actualmente no se visita con frecuencia.
Gran Cueva de Santo Tomás	Se considera el mayor sistema cavernario de Cuba. Fue uno de los asentamientos más importantes de los cimarrones. Declarada Monumento Nacional.

Fuente: elaboración propia.

Generación y selección de ideas

Se definieron como productos potenciales en Viñales: Canopy, y excursión (1 día, 2 días o 3 días). Mediante la observación directa de las actividades se constató que el Canopy no es una actividad que prefieran todos los turistas, además su duración máxima es de 1 hora, por lo cual no es pertinente desarrollar solo este producto o actividades accesorias a este, ya que actualmente se comercializa el Canopy con guías especializados en la zona. En consideración al análisis de demanda y de la competencia se decide desarrollar una excursión, en la que puedan incluirse los elementos de interés de los distintos segmentos de mercado identificados y que no se estén comercializando con frecuencia por otros agentes.

Atributos y requerimientos finales del producto

En concordancia con lo que se plantea por Dueñas et al., (2024) entre los principales atributos se ubican: los entornos naturales, conservación y sostenibilidad, autenticidad, conexión con la naturaleza, belleza paisajística, experiencias únicas y al aire libre e interacción con la fauna.

Requerimientos del producto:

- Limpieza y conservación de los sitios naturales para evitar el impacto negativo sobre la flora y la fauna.
- Respeto a la capacidad de carga turística de cada área.
- Rutas y accesos señalizados que garanticen el tránsito organizado y así evitar el deterioro del paisaje natural.
- Disponibilidad de capacidades de alojamiento, transportación segura y puntos de alimentación de opciones locales.
- Equipamiento especializado para las actividades de senderismo, espeleología y canopy.

Definición y prueba del concepto de producto

Para la prueba de concepto, se tomó como grupo de interés a turistas del mercado nacional, de los segmentos 1 y 2. Se inició con la salida desde la ciudad de Cárdenas a las 5:00 am, y realizó la recogida en los diferentes puntos de esta ciudad, Santa Marta y Matanzas. La excursión inició a las 11:40 am en el Mirador de los Jardines y finalizó a las 6:00 pm. Se visitaron 4 lugares de los 6 que se proyectaban para su inclusión, con el objetivo de tener información sobre su demanda real, capacidad de carga, precios, y nivel de profesionalidad de los recursos humanos, que logró una retroalimentación que permitió modificar el programa inicialmente propuesto para mejor ajuste al escenario turístico existente. Después del análisis se propuso que es factible la aplicación del producto propuesto con ligeras modificaciones en el programa debido a la distancia entre los puntos y el estado de los viales, donde debe ser estricto el cumplimiento de los horarios y el adecuado uso de los atractivos para el desarrollo del producto.

Diseño del producto final

En la tabla 3 aparece el proyecto final del producto turístico, el cual puede ser modificado según el feedback de los clientes.

Tabla 3. Concepción general del programa.

Hora	Sitio	Actividades	Duración
Día 1			
5:00 am	Punto de Salida: Varadero	Recogida de los clientes e inicio de la transportación hasta Viñales.	30 minutos
5:30 am	TRANSFER Varadero-Viñales		5 horas
10:30 am	Hotel "Los Jazmines"	Check-in early. Tiempo para que los clientes ubiquen sus pertenencias.	1 hora
11:30 am	TRANSFER Hotel-Cueva del Indio		15 minutos
11:45 am	Cueva del Indio	Inicia con un recorrido espeleológico interpretativo hacia el interior de la cueva, observando las estalactitas y estalagmitas formadas. El recorrido culmina al llegar al río, momento en el cual los clientes proceden a abordar la lancha. Recorrido en la lancha con guía especializado del sitio.	1 hora
12:45 pm	TRANSFER Cueva del Indio-Mural de la Prehistoria		10 minutos
12:55 pm	Mural de la Prehistoria	Contemplación del arte. Tiempo para fotografías.	15 minutos
1:10 pm	Restaurant "Mural de la Prehistoria"	Tiempo para almorzar.	1 hora
2:10 pm	TRANSFER Mural de la Prehistoria-Jardín Botánico		20 minutos
2:30 pm	Jardín Botánico de Viñales	Recorrido interpretativo por el sitio e interacción con el entorno natural. Tiempo para fotografías.	45 min
2:45 pm	TRANSFER Jardín Botánico-Pueblo de Viñales		15 minutos
3:00 pm	Pueblo de Viñales	Tiempo libre para recorrer el pequeño poblado, observar su arquitectura y convivir con los pobladores.	1 hora
4:00 pm	TRANSFER Pueblo de Viñales-Hotel "Los Jazmines"		20 minutos
4:20 pm	Hotel "Los Jazmines"	Tarde y noche libres.	
6:30 pm		Cena en el Hotel	2 horas
Día 2			
7:00 am	Hotel "Los Jazmines"	Desayuno y preparación para la salida.	1 hora
8:00 am	TRANSFER Hotel-Palenque de los Cimarrones		30 minutos
8:30 am	Palenque de los Cimarrones	Disfrute del museo viviente del cimarronaje. Actividades de interpretación histórica afrocaribañola. Degustación de bebida tradicional "Oshún" y otras.	1 hora y 30 min
10:00 am	TRANSFER Palenque-Gran Cueva Santo Tomás		40 minutos
10:40 am	Gran Cueva Santo Tomás	Se realiza una exploración espeleológica especializada, mediante un recorrido por el sistema cavernario, esta se hace por un guía especializado del sitio.	2 horas
1:40 pm	Finca Agroecológica "El Moncada"	Almuerzo y tiempo de intercambio con la familia de la finca.	1 hora
2:40 pm	TRANSFER Finca-Canopy Tour "El Fortín"		45 minutos
3:25 pm	Canopy Tour "El Fortín"	Recorrido por las tirolesas de 1.1 km a través las cinco plataformas existentes.	1 hora y 30 min
4:55 pm	TRANSFER "El Fortín-Hotel"		20 minutos
5:25 pm	Hotel "Los Jazmines"	Tiempo de descanso	1 hora y 5 min
6:30 pm		Cena	2 horas
8:30 pm		Noche libre	
Día 3			
8:00 am	Hotel "Los Jazmines"	Desayuno y Check-out	1 hora
9:00 am	TRANSFER Hotel-Cueva del Palmarito		30 minutos
9:30 am	Cueva del Palmarito	Senderismo, exploración de la cueva, baño en el lago (opcional), observación de flora y fauna	2 horas
11:30 am	Finca Campesina Valle Palmarito	Almuerzo	1 hora
12:30 pm	TRANSFER de Regreso a Varadero		6 horas

Fuente: elaboración propia.

Este programa para dar cumplimiento a las regulaciones sobre protección medioambiental y la capacidad de carga se propone para 12-15 pax como máximo. Los mínimos se establecen mediante el estudio de viabilidad económico financiera, una vez sean realizadas las contrataciones correspondientes con los prestatarios, de igual manera así sucede con el precio de venta, pues se establecerá en correspondencia con los costos totales del programa.

Estudios de viabilidad

Viabilidad técnica. Impacto en el medio natural

Los aspectos técnicos fueron definidos previamente en los requerimientos del producto. Para analizar los posibles impactos en el medio natural se tomó como referencia a Sánchez et al., (2025) y Ramos et al., (2021). Los principales impactos pudieran si no se cumplen las regulaciones vigentes y los requerimientos del producto pudieran ser:

- La erosión de los suelos si se excede la capacidad de carga.
- Contaminación de los suelos por el manejo inadecuado de los desechos.
- Uso de señalización que afecte el paisaje natural y cultural.
- Limitaciones en el mantenimiento de las zonas de recorrido, lo que favorece el deterioro.
- Empeoramiento de la calidad del agua por el volumen de desechos sólidos y líquidos vertidos.
- Extracción de especies de flora y fauna.

Viabilidad administrativo legal

Se concuerda con Díaz et al., (2025) que para el diseño de un producto de naturaleza hay que cumplir con 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.

Impacto social

Las principales acciones deben estar encaminadas al desarrollo de talleres para la educación ambiental para mitigar impactos negativos y mostrar la manera de mantener el equilibrio, entre la actividad turística y la conservación del patrimonio natural. En el tiempo actual, una propuesta de excursión sostenible y alineada con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, supone una oferta atractiva no solo al turista (internacional o nacional), sino también al propio habitante de la localidad, siempre que no se descuiden las actividades habituales Viñales, y se evite la dependencia de la actividad económica que genere el producto.

Viabilidad económico-financiero-comercial

En la investigación no se desarrolla este paso, pues ello requiere de un análisis con las agencias de viajes aprobadas y los distintos prestatarios de servicios, que el momento que se realiza la presente no es posible llevarlo a cabo.

Control y Seguimiento

La investigación presenta un proyecto de un nuevo producto turístico de naturaleza que debe ser aprobado por el MINTUR; por lo que esta fase se aplicaría una vez se apruebe el proyecto.

DISCUSIÓN

La predominancia del turismo nacional identificada en los resultados representa una oportunidad estratégica para el desarrollo de productos sostenibles, lo que coincide con estudios recientes sobre la recuperación del turismo interno post-COVID-19 en Cuba y América Latina (Rodríguez et al., 2022; Pérez et al., 2023). La concentración de visitas en fines de semana y meses específicos refleja la dependencia de los patrones de vacaciones nacionales, consistente con lo reportado en otras áreas de turismo rural (Gómez et al., 2021). La segmentación de la demanda permite diseñar productos turísticos diferenciados, adaptados a preferencias de excursionistas, aventureros y parejas internacionales. Este hallazgo enfatiza la necesidad de personalización de experiencias de turismo de naturaleza para aumentar la satisfacción y fidelización del cliente (López y Martínez, 2022; Hernández et al., 2023).

El análisis competitivo indica que, aunque Viñales enfrenta alta rivalidad y amenaza de sustitutos, sus ventajas en autenticidad cultural y patrimonio natural le otorgan potencial de diferenciación, especialmente si integra criterios de sostenibilidad y los ODS en el diseño del producto (UNWTO, 2023; Silva et al., 2021). La implementación de excursiones de naturaleza controladas por capacidad de carga es una estrategia recomendada para mitigar impactos ambientales como erosión y contaminación (Sánchez et al., 2025; Ramos

et al., 2021). El desarrollo del programa turístico propuesto, incluyendo espeleología, senderismo, canopy y experiencias culturales, responde a las expectativas de los segmentos de demanda identificados y ofrece un valor agregado frente a competidores regionales. La prueba piloto evidenció la necesidad de ajustar horarios y logística, lo que refuerza la importancia de planificación y gestión eficiente de recursos turísticos en áreas protegidas (Díaz et al., 2025; Moreno, 2022).

La integración de recursos subutilizados como la Cueva del Palmarito en el producto final demuestra una aproximación innovadora al desarrollo turístico. Según Romero & Pons (2025), la incorporación de atractivos menos conocidos permite descongestionar sitios masificados y distribuir beneficios económicos de manera más equitativa. Esta estrategia se alinea con los principios de turismo sostenible y responde a la necesidad identificada por Suárez et al. (2023) de diversificar la oferta en destinos patrimoniales para reducir presiones sobre recursos sobreexplotados. En términos de sostenibilidad social, la interacción con comunidades locales y actividades educativas ambientales promueven beneficios compartidos, y destaca la importancia de integrar a las poblaciones locales en proyectos de turismo de naturaleza (Alfonso et al., 2021; Suárez et al., 2023). Esto también reduce la dependencia económica exclusiva del turismo y aumenta la resiliencia del destino.

El enfoque integral en el itinerario responde a las expectativas identificadas en los segmentos de mercado, particularmente en el segmento de parejas internacionales que valoran experiencias multifacéticas. Los productos turísticos contemporáneos deben ofrecer combinaciones flexibles que permitan personalizar experiencias según intereses específicos (Mogni et al 2024). La estructura del programa permite adaptaciones según preferencias individuales mientras mantiene una coherencia en la temática general, lo que proporciona ventajas al diferenciarse de competidores que priorizan volumen sobre valor. Esta aproximación permite posicionar a Viñales en nichos específicos de naturaleza y cultura.

La prueba de concepto realizada con turistas nacionales proporcionó datos valiosos sobre viabilidad operativa. Los ajustes realizados al itinerario inicial demuestran la importancia de la validación empírica en el diseño de productos turísticos. La retroalimentación directa de usuarios permite identificar discrepancias entre diseño teórico e implementación práctica (Díaz et al 2025). Este proceso iterativo resulta esencial para desarrollar ofertas que equilibren aspiraciones de sostenibilidad con realidades operativas. La capacidad de carga limitada a 12-15 personas establece un modelo de turismo de pequeña escala alineado con principios de sostenibilidad. Esta decisión responde a hallazgos de Sánchez et al. (2025) sobre los impactos del turismo en áreas naturales sensibles. La limitación del volumen de personas permite mantener la calidad en la experiencia mientras se minimizan impactos ambientales, estrategia que se identifican como característica de productos turísticos premium en entornos naturales (Lissarrague y Jiménez 2024).

La integración de comunidades locales mediante visitas a fincas agroecológicas y el Palenque de los Cimarrones refleja un enfoque de desarrollo local inclusivo. La participación comunitaria constituye un pilar fundamental para la sostenibilidad de proyectos turísticos en áreas rurales (Noa et al., 2024). Esta aproximación no solo distribuye beneficios económicos, sino que también fortalece la autenticidad de la experiencia, factor crítico según Dueñas et al. (2024) para la competitividad de destinos de naturaleza. Además, Las medidas propuestas para control de erosión, manejo de desechos y protección de recursos coinciden con recomendaciones de Ramos et al. (2021) para turismo en áreas protegidas, lo que favorece una cooperación mayor en esas comunidades determinando la sostenibilidad del producto a largo plazo

El marco legal identificado proporciona directrices claras para la operación sostenible del producto. La articulación con instrumentos como la Ley 155/2022 y el Plan de Áreas Protegidas asegura la coherencia con políticas nacionales de conservación. Esta adecuación a los marcos normativos constituye un requisito fundamental para la viabilidad de proyectos turísticos en destinos patrimoniales (Rodríguez et al., 2024). Esto facilita procesos de aprobación y proporciona legitimidad ante stakeholders y respalda el enfoque en ODS posicionando el producto como contribuyente a agendas globales de sostenibilidad.

La vinculación explícita con ODS constituye una ventaja competitiva crecientemente valorada por mercados internacionales. Esta característica diferencia el producto de ofertas convencionales no alineadas con agendas globales, posicionando al destino sobre otros competidores. La propuesta de integración de los ODS y componentes educativos en actividades espeleológicas y visitas botánicas trasciende el modelo tradicional de turismo contemplativo. Esta aproximación coincide con otros trabajos que plantean la evolución de preferencias turísticas post-pandemia hacia experiencias más significativas y transformadoras (Lissarrague y Jiménez 2024).

La dependencia de infraestructuras existentes como el Hotel Los Jazmines representa tanto una ventaja como una limitación operativa. Si bien facilita la implementación inicial, también condiciona la capacidad de expansión y personalización de servicios. La flexibilidad operativa resulta crítica para adaptarse a demandas cambiantes de mercado (Díaz et al. 2025). Esta dependencia sugiere la necesidad de explorar alternativas complementarias de alojamiento que diversifiquen opciones para diferentes segmentos y estacionalidad. Estrategias como las propuestas por Noa et al. (2024) para desarrollar productos complementarios en temporada baja podrían mitigar este desafío. La diversificación temática y flexibilidad en duraciones podrían facilitar una distribución más equilibrada de visitantes a lo largo del año.

El enfoque en el mercado alemán y nacional representa una estrategia de focalización realista dadas condiciones actuales de conectividad y preferencias del mercado. Como plantean Rodríguez et al. (2024), la identificación de mercados objetivo específicos permite optimizar recursos de marketing y desarrollo de productos más efectivos (Rodríguez et al. 2024). Esta focalización inicial no excluye expansión posterior a otros mercados una vez consolidada la operación y evaluados estos resultados iniciales. Además, la valorización patrimonial intangible será un diferenciador crítico para destinos que compiten en mercados globalizados. Esto no solo enriquece la experiencia propuesta, sino que también contribuye a preservar y revitalizar manifestaciones culturales locales, creando círculos virtuosos de valor compartido.

Las medidas de control y seguimiento planteadas ofrecen sistematizar la gestión de calidad e impactos. La monitorización continua resulta esencial para detección temprana de desviaciones y realización de ajustes oportunos. Sánchez et al. (2025), plantean que sistemas robustos de monitoreo constituyen pilares fundamentales para el turismo sostenible. La articulación con actores locales y guías especializados crea redes de valor que distribuyen beneficios económicos. Esto coincide con recomendaciones de Walter et al. (2023) para desarrollo turístico rural inclusivo. La creación de cadenas de valor local no solo incrementa el impacto socioeconómico, sino que también fortalece resiliencia mediante diversificación de fuentes de ingreso para comunidades receptoras.

Este diseño responde a críticas identificadas en la literatura sobre la falta de integración en ofertas turísticas cubanas. Como señalan Noa et al. (2024), la fragmentación ha limitado efectividad de productos turísticos en destinos rurales cubanos. La aproximación integral adoptada en este proyecto busca superar esta limitación mediante combinación sinérgica de recursos naturales, culturales y humanos disponibles en el territorio. Esta flexibilidad del diseño permite adaptaciones según feedback de clientes y condiciones operativas cambiantes actuales. La capacidad de adaptación constituye ventaja competitiva fundamental en mercados turísticos contemporáneos caracterizados por rápida evolución y alta incertidumbre (Romero y Pons 2025).

El enfoque en creación de experiencias memorables está alineado con tendencias globales hacia turismo transformacional. Los turistas contemporáneos buscan experiencias que generen crecimiento personal y conexión emocional con destinos (Lissarrague y Jiménez 2024). La combinación de actividades físicas, aprendizaje cultural y contemplación estética en el producto diseñado responde a esta búsqueda de experiencias multidimensionales y significativas. La investigación contribuye a cerrar brechas identificadas en literatura sobre diseño de productos turísticos integrados en Cuba. Existe la necesidad de modelos que articulen sostenibilidad ambiental, viabilidad económica y valor cultural en desarrollo turístico. El procedimiento metodológico aplicado proporciona un marco replicable para diseño de productos en otros destinos de naturaleza cubanos, facilitando el escalamiento de aproximaciones sostenibles.

CONCLUSIONES

Mediante la investigación se identificaron y documentaron diversos atractivos del patrimonio natural y cultural de Viñales. Las potencialidades que ofrece Viñales por sus atractivos, como la diversidad paisajística, los sistemas cavernarios y la cultura local, permiten el desarrollo de productos turísticos integrados de naturaleza, siempre que estos cumplan con las especificaciones de sostenibilidad. Se concibió un proyecto de producto turístico bajo la modalidad de turismo de naturaleza, capaz de responder a los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030. Este proyecto incluyó recursos que no se explotan con frecuencia y se ajustan a las necesidades del mercado, y además contribuyen al desarrollo local.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Albert, Y. P., & Endreu, M. N. L. (2013). Propuesta de indicadores para evaluar la sostenibilidad de la actividad turística.

El caso del Valle de Viñales (Cuba). *Anales de Geografía de la Universidad Complutense*, 33(1), 193. <https://pdfs.semanticscholar.org/237b/8c2018f00a260ef7aac8c760646ba2d51505.pdf>

Alfonso Dovale, M., González Slovasevich, C. M., & Pérez Hernández, I. (2021). Rediseño de la modalidad de turismo de aventura en el destino de naturaleza Viñales. *COODES*, 9(2), 243-257. <http://coodes.upr.edu.cu/index.php/coodes/article/view/367>

Ayala Suárez, Y. A., Vianchá Sánchez, Z. H., & Cruz Vásquez, J. L. (2023). El turismo y la transformación del capital social en las comunidades rurales. *Apuntes del CENES*, 42(76), 123-151. http://www.scielo.org.co/scielo.php?pid=S0120-30532023000200123&script=sci_arttext

Barbosa León, N. (2019, 7 de julio). Turismo de naturaleza en Cuba. *Granma*. <https://www.granma.cu/cuba/2019-06-07/turismo-de-naturaleza-encuba-07-06-2019-10-06-16>

Castro Barrio, A. M., Martínez Maquiera, Y., Valdivia Fernández, I. M., & Salinas Chávez, 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>

Consejo de Ministros de la República de Cuba. (2021). Acuerdo 9098: Zona con Regulaciones Especiales Valle de Viñales (GOC-2021-660-077).

Crespo Santoyo, D., Ramos Hernández, A. L., Lemus Martínez, Y., & Hernández Fernández, L. (2017). Consideraciones sobre la gestión turística en la península de Guanahacabibes y las perspectivas de su desarrollo sostenible. *ECOVIDA*, 7(2). <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9439085>

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>

Dueñas Reyes, E., Rodríguez Veiguera, Y., Pons García, R. C., & Tanda Díaz, J. (2024). Atributos identificativos del producto turístico de naturaleza: Paseo por el Río. Estrategias efectivas para su comercialización. *Universidad y Sociedad*, 16(3), 96-107. http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202024000300096&script=sci_arttext

Duque, D. M. (2022). Turismo de naturaleza en España. Nuevas realidades, nuevos modelos de turismo sostenible. *Observatorio Medioambiental*, 25, 199.

Freire Muñoz, D. A., & Franco Pérez, A. F. (2023). Estrategias para implementar un modelo de sustentabilidad en los servicios de alimentación colectiva. *Universidad y Sociedad*, 15(S2), 533-541. <https://rus.ucf.edu.cu/index.php/rus/article/view/3923>

Gimmon, E., & Felzensztein, C. (2021). The emergence of family entrepreneurship in the transition economy of Cuba. *International Journal of Emerging Economies*, 18(9), 2239-2258. <https://doi.org/10.1108/IJOEM-09-2020-1099>

González, A. R. (2019). Propuesta de un producto de Turismo de Naturaleza en el Consejo Popular de San Miguel de los Baños, Jovellanos, Matanzas [Tesis de maestría, Universidad de Matanzas]. <https://rein.umcc.cu/handle/123456789/302>

Hernández Flores, Y., Cruz Pérez, Y., Gutiérrez Leyva, J. E., & Vento Rodríguez, C. D. (2021). Turismo rural y su futuro inmediato en el contexto de la COVID-19 en Cuba. *COODES*, 9(2), 457-485. <https://coodes.upr.edu.cu/index.php/coodes/article/view/417>

Khodzhaeva, V. (2021). A mobile application as a tool for sustainable development in protected areas (a proposal for the case of Arrábida Natural Park) [Tesis de maestría, Instituto Politécnico de Leiria]. <http://hdl.handle.net/10400.8/5331>

Lissarrague, A. G., & Jiménez, M. D. L. V. M. (2024). Slow Tourism: Tourist motivations based on personality traits and socio-demographic variables. *Cuadernos de Turismo*, 53, 267-271.

Lojano Chapa, P. M., Benenaula Lojano, J. F., & Gómez Ceballos, G. P. (2023). Tecnología e innovación en destinos turísticos inteligentes. Caso Cuenca, Ecuador. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 21(1), 195-212. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8749822>

Martínez Quintana, V. (2017). El turismo de naturaleza: un producto turístico sostenible. *Arbor*, 193(785), a396. <http://dx.doi.org/10.3989/arbor.2017.785n3002>

Martínez, V., & Pelegrín, N. (2021). Diversificación de la oferta turística de naturaleza: Canopy en el Paisaje Natural Protegido Hanabanilla, Cuba. *Revista de Ciencias Sociales*, 27(3), 185-200. <https://doi.org/10.31876/rcs.v27i3.36764>

Moure, D. (2022). Procedimiento para el diseño de productos turísticos de naturaleza a partir de servicios ecosistémicos culturales en el Paisaje Natural Protegido “Valle Río Canímar”. [Trabajo de diploma, Universidad de Matanzas]. <https://rein.umcc.cu/handle/123456789/3903>

Noa Guerra, D., Gascón González, D., & Ortega Ruiz, A. (2024). Contrapunteo entre turismo rural, desarrollo local

y territorio en Cuba. *Multidisciplinary Business Review*, 17(2), 1-16. https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-39922024000200102&script=sci_abstract&tIng=en

Noa Guerra, D., & Salabarría Rodríguez, D. (2025). Retos y perspectivas del turismo rural en Ciego de Ávila. *Actas Iberoamericanas en Ciencias Sociales*, 3(1), 9-20. <https://doi.org/10.69821/AICIS.v3i1.58>

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

Oficina Nacional de Estadística e Información. (2025, 25 de agosto). Anuario Estadístico de Cuba 2024. <https://www.onei.gob.cu/anuario-estadistico-de-cuba-2024>

Oficina Nacional de Estadística e Información. (2025, 25 de agosto). Anuario Estadístico Provincia Pinar del Río 2023. https://www.onei.gob.cu/sites/default/files/publicaciones/2024-12/anuario-estadistico-pinar-del-rio-2023-actualizado_0.pdf

Organización Mundial del Turismo. (2019). Definiciones de turismo de la OMT. <https://doi.org/10.18111/9789284420858>

Ortega Ruiz, A. (2022). Combates por el patrimonio. *Revista PH*, 107, 364-366. <https://doi.org/10.33349/2022.107.5212>

Palomino, B., & López, G. (2019). Relaciones del turismo de naturaleza, la comunalidad y la resiliencia en la Sierra Norte de Oaxaca, México. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 17(6), 1205-1216. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2019.17.083>

Pelegrín Naranjo, L., Novoa Fernández, B. M., Pérez Torres, L. L., Pelegrín 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>

Pelegrín, L. (2022). Rediseño de la oferta de productos turísticos de naturaleza: Región Costa Sur Central de Cuba. *Revista de Ciencias Sociales*, 28(Especial 5), 376-389. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8471698>

Pérez Colmenares, S. (2017). La planificación y prevención de los impactos ambientales del turismo como herramienta para el desarrollo sostenible: Caso de estudio Timotes, Venezuela. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*, 13(2), 164-183. https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-235X2017000200164&script=sci_arttext

Ramos Hernández, A. L., Lemus Martínez, Y., & Crespo Santoyo, D. (2021). Impacto del turismo de naturaleza en el Parque Nacional Viñales. *Avances*, 23(1), 61-75. <http://www.ciget.pinar.cu/ojs/index.php/publicaciones/article/view/587/1643>

Rivero Galván, A., Portela Peñalver, L., & Cabrera Álvarez, E. N. (2022). Turismo de naturaleza en la modalidad de agroturismo para el desarrollo local sostenible en Guamuha. *Universidad y Sociedad*, 14(5), 204-214. http://scielo.sld.cu/scielo.php?pid=S2218-36202022000500204&script=sci_arttext

Rodríguez Jiménez, G., & Martínez Martínez, C. C. (2022). Turismo responsable: propuesta para gestionar destinos turísticos regionales en la etapa post-COVID-19. *Universidad y Sociedad*, 14(1), 128-136.

Rodríguez, A. A., Sotero, O. C., & Santana, V. L. (2024). Acciones para potenciar el turismo rural en el Valle de los Ingenios, Trinidad, Cuba. *Revista Científica Multidisciplinaria SAPIENTIAE*, 7(14), 98-110. <https://publicacionescd.uleadu.edu.ec/index.php/sapientiae/article/view/740>

Romero, Y. S., & Pons, T. L. (2025). Diseño de un producto servicio que vincula tradición, cultura y turismo rural. *Revista Científica Multidisciplinaria SAPIENTIAE*, 8(17), 46-68. <https://publicacionescd.uleadu.edu.ec/index.php/sapientiae/article/view/1216>

Romeu Torres, O., & González Ramírez, I. (2019). El turismo rural como alternativa para el desarrollo local. Estudios de casos área Grecánica (Reggio Calabria), Italia y municipio Cabaiguán, Cuba. *Revista Iberoamericana Ambiente & Sustentabilidad*, 2(3), 135-149. <https://doi.org/10.46380/rias.v2i3.61>

Salinas Chávez, E., Salinas Chávez, E., & Mundet i Cerdan, L. (2019). El Turismo en Cuba: Desarrollo, Retos y Perspectivas. *Rosa Dos Vientos*, 11(1). <https://doi.org/10.18226/21789061.v11i1p23>

Sánchez Carrillo, M. A., Romero Miranda, R., & Miranda Dópico, J. C. (2021). Turismo sostenible en Viñales, una mirada reflexiva a su implementación desde el Parque Nacional Viñales. *ECOVIDA*, 11(2).

Sánchez, N., Ramírez, P., Alberto, C., & Villarreal, Z. (2025). Efectos ambientales del turismo a partir de la expansión y las dinámicas capitalistas: pautas metodológicas para su análisis en Iberoamérica. *Revista de Ciencias Ambientales*, 59(2). <http://dx.doi.org/10.15359/rca.59-2.4>

Sthapit, E., Björk, P., & Coudounaris, D. N. (2023). Memorable nature-based tourism experience, place attachment and tourists' environmentally responsible behaviour. *Journal of Ecotourism*, 22(4), 542-565. <https://doi.org/10.1080/1>

Suárez, J. L., Miranda, R. R., Carrillo, M. A. S., & Dópico, J. C. M. (2023). Categorías, conocimiento y percepción del patrimonio cultural y natural en Viñales. Una mirada crítica a su gestión. *ECOVIDA*, 13(2), 99-109. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=9435625>

Velázquez Quintero, E., & Zhou He, J. H. (2021). Cambios recientes del perfil de los turistas y sus implicaciones en Canarias. Universidad de La Laguna. <https://riull.ull.es/xmlui/handle/915/24945>

Walter, P. A., Gallo, G. I., & Cacace, S. (2023). El turismo rural en la política nacional de Argentina. *Revista Americana de Emprendedorismo e Inovação*, 5(1), 66-77. <https://doi.org/10.33871/26747170.2023.5.1.7570>

Conflicto de intereses

Los autores declaran no tener ningún conflicto de intereses.

Financiación

Los autores no recibieron financiación para el desarrollo de la presente investigación.

Declaración de responsabilidad de autoría

Los autores del manuscrito señalado, DECLARAMOS que hemos contribuido directamente a su contenido intelectual, así como a la génesis y análisis de sus datos; por lo cual, estamos en condiciones de hacernos públicamente responsable de él y aceptamos que sus nombres figuren en la lista de autores en el orden indicado. Además, hemos cumplido los requisitos éticos de la publicación mencionada, habiendo consultado la Declaración de Ética y mala praxis en la publicación.

1. Conceptualización: José Daniel Rojas Rojas, Reniel Toledo Gómez
2. Curación de datos: José Daniel Rojas Rojas, Reniel Toledo Gómez
3. Análisis formal: José Daniel Rojas Rojas, Reniel Toledo Gómez, Asiel Cabrera Guerrero
4. Adquisición de fondos:-
5. Investigación: José Daniel Rojas Rojas, Reniel Toledo Gómez
6. Metodología: Reniel Toledo Gómez
7. Administración del proyecto:-
8. Recursos:-
9. Software:-
10. Supervisión: Reniel Toledo Gómez, Asiel Cabrera Guerrero
11. Validación: Reniel Toledo Gómez, Asiel Cabrera Guerrero
12. Visualización: Reniel Toledo Gómez, Asiel Cabrera Guerrero
13. Redacción del borrador original: José Daniel Rojas Rojas, Reniel Toledo Gómez
14. Redacción, revisión y edición: José Daniel Rojas Rojas, Reniel Toledo Gómez, Asiel Cabrera Guerrero