

## INTEGRACIÓN DEL TURISMO DE NATURALEZA Y URBANO. BASES METODOLÓGICAS PARA LA GESTIÓN

Isis Alejandra Camargo Toribio\* y Fidel Ortiz Ordaz\*\*

**Resumen:** El propósito de este artículo es presentar los principales resultados de un proyecto de investigación titulado “Bases metodológicas para gestionar la integración entre el turismo de naturaleza y el urbano, en la provincia de Pinar del Río, Cuba”; desarrollado durante el periodo 2010- 2014. El estudio se inicia a partir de la desarticulación de las citadas modalidades en los marcos geográficos de una provincia, lo cual genera una deficiente gestión turística. A través de la consulta bibliográfica y la aplicación de un modelo de encuesta y dos entrevistas, que se procesaron estadísticamente, lo que permitió realizar una propuesta estructurada en seis pasos (elementos clave, premisas, principios, actuaciones prácticas y operaciones; así como etapas para su implementación) que posteriormente se valida mediante el Método de Expertos, en su versión de Comparación por Pares, resultando según la opinión de los expertos consultados, de gran utilidad para contribuir a la solución del problema expuesto.

**Palabras clave:** Bases metodológicas, gestión integrada, turismo de naturaleza, turismo urbano.

**Abstract:** The purpose of this article is to present the main results of a project of research entitled “Methodological bases for managing the integration between the nature and urban tourism in the province of Pinar del Río, Cuba”; developed during the period 2010-2014. The study starts from the dismantling of these modalities in geographical frames of a province, which generates a poor tourist management. Through bibliographic consultation and the application of a survey model and two interviews, which were processed statistically, which allowed to make a proposal that is structured in six steps (key elements, assumptions, principles, practical actions and operations; as well as stages for its implementation) that subsequently is valid using the method of experts, in its version of comparison by pairs, resulting according to the opinion of the experts consulted, of great utility to contribute to the solution of the problem exposed.

**Key words:** Methodological bases; integrated management; nature tourism; urban tourism.

### I. INTRODUCCIÓN

El turismo, en la primera década de los noventa, comienza paulatinamente a convertirse en uno de los principales motores de la economía de la República de Cuba. Su desarrollo ha tenido un significativo impacto en el país actuando como una importante alternativa en la reorganización económica, ante la situación creada en el denominado “periodo especial en tiempos de paz” (1).

El producto turístico cubano se ha venido perfeccionando y, para ello, se ha diversificado el mismo, añadiéndose a la tradicional modalidad de sol y playa, imperante en el país, otras formas de turismo especializado como el de naturaleza, cultural, de salud y congresos.

En el marco del desarrollo turístico nacional, en la provincia de Pinar del Río la actividad también hace uso de sus atracti-

\* Universidad “Hermandos Saíz”, Pinar del Río, Cuba. Universidad Técnica “Luis Vargas Torres”, de Esmeraldas, Extensión La Concordia. camargotoribio2014@gmail.com

\*\* Universidad “Hermandos Saíz”, Pinar del Río, Cuba. Universidad Técnica “Luis Vargas Torres”, de Esmeraldas, Extensión La Concordia. fidelortiz11@gmail.com

vos naturales y culturales, destacándose la presencia de una de las Reservas Mundiales de la Biosfera, la Península de Guanahacabibes.

Además de lo enunciado en el párrafo anterior es significativa otra zona turística (Viñales) que ostenta reconocimientos nacionales e internacionales, entre ellos se pueden citar: Paisaje Cultural de la Humanidad, en la tipología de Paisaje Orgánicamente Evolutivo Continuo (UNESCO, 1999); Área Protegida en la categoría de Parque Nacional (CITMA (2), 1997) y Monumentos Nacionales y Locales (Ministerio de Cultura, 1979), (Ministerio de Cultura, 1989 a, b, c).

En el contexto de sus atractivos, Pinar del Río oferta diversas modalidades turísticas, como es el caso del turismo de naturaleza y el urbano, entre otras; en la primera, resulta significativo Viñales (motivo por el cual es seleccionado para el estudio) y en la segunda, la ciudad de Pinar del Río.

En la ciudad se concentra en sí la historia vueltabajera (denominación que recibía la región más occidental de Cuba en el siglo XIX y principios del XX); entre sus atractivos más importantes se encuentran diversos recursos arquitectónicos y las diferentes manifestaciones de las artes plásticas, entre otros.

Sin embargo, en un diagnóstico exploratorio realizado por los autores, a través de una entrevista informal a especialistas y conocedores de la situación actual del turismo en Pinar del Río, se identificó que la modalidad de naturaleza es la emblemática en

la provincia por varias razones: la primera, el potencial natural y cultural reconocido a nivel nacional e internacional; por cumplir con los requerimientos que impone las actuales tendencias del turismo en el mundo y constar dentro de las política de desarrollo del Ministerio de Turismo de Cuba (MIN-TUR), como una de las formas de hacer turismo que se desarrolla en el país.

Además de lo anterior, se pudo constatar que no existe una estrategia dirigida a desarrollar la gestión de un producto que integre varias modalidades y que esté articulado con la principal forma de hacer turismo en el territorio, lo cual constituye una de las principales debilidades en la zona de estudio, caracterizándose además, por turistas de tránsito y con muy bajos niveles de pernoctación.

La situación antes descrita permite identificar el siguiente problema científico: ¿cómo contribuir al perfeccionamiento de la gestión turística en la provincia de Pinar del Río?

Con el propósito de ofrecer una solución al problema planteado, este trabajo tiene como objetivo: proponer las bases metodológicas para la gestión integrada del turismo de naturaleza y urbano.

La estrategia seguida para dar cumplimiento a este objetivo consistió en hacer un estudio teórico conceptual en la literatura especializada sobre modalidades turísticas, turismo de naturaleza y urbano, estableciendo las características de estas, aunque en esta consulta se puede apreciar que es insuficiente el manejo de ambas modalida-

des para la gestión integrada de éstas en una misma región geográfica; paralelamente se hizo una caracterización de estas modalidades en la zona de estudio, a partir de lo cual se elaboró una propuesta que contribuya a la integración de ambas y finalmente se validó la misma mediante el método de consulta a expertos.

## **II. REFERENTES TEÓRICOS**

### **II.1. El turismo de naturaleza**

El vínculo que existe entre el uso de los recursos naturales y el turismo ha ido creciendo vertiginosamente a la par que se complejiza el fenómeno, desde el punto de vista académico, donde no existe una única forma de denominar la modalidad ni de conceptualizarla.

Ayala (2007:88) considera que numerosos autores emplean indistintamente los términos turismo de naturaleza, ecoturismo, turismo rural, turismo verde, agroturismo, turismo orientado a la naturaleza, turismo alternativo, turismo respetuoso, vacaciones en la naturaleza, turismo de estudio, turismo científico, turismo de bajo impacto y turismo blando.

El concepto de turismo de naturaleza se manifiesta en la literatura especializada con diferentes matices, pero aunque existe una amplia gama de definiciones al respecto, la característica fundamental está en el uso racional de los recursos naturales, elemento indispensable para el soporte sostenible de la oferta de actividades que lo integran.

Según la opinión de los autores, independientemente de la denominación que se asuma, la demanda que prefiere esta modalidad es cada vez más exigente al reclamar destinos donde se aprecie la conservación de los recursos naturales, así como del patrimonio cultural local, ambos devenidos en atractivos turísticos.

Lo cierto es que la oferta turística de la citada modalidad debe ser de bajo impacto ambiental y respetuosa con la naturaleza, las costumbres y tradiciones de la población local. Es un turismo activo que busca descubrir la realidad donde se inserta, en los ámbitos natural y cultural. Por ello, es muy común la promoción de actividades lúdico-deportivas y las de tipo educativo-cultural.

A partir del concepto de turismo de naturaleza emitidos por (Huang y Confer, 2009; Ayala, 2007; Medina y Santamarina, 2004), los autores de este artículo coincide que entre los principios fundamentales que rigen la modalidad se puede enfatizar:

- La posibilidad de ofrecer un producto turístico diferenciador, sustentado en el patrimonio natural y cultural propio de cada localidad.
- El uso racional de los recursos naturales, cumpliendo con las regulaciones vigentes para este fin.
- El papel significativo que deben jugar los pobladores locales, conscientes de la importancia que tiene preservar su patrimonio local, para contribuir al desarrollo turístico.

- El mantenimiento de las actividades económicas tradicionales.
- El beneficio de toda la población local, por concepto del turismo.

## II.2. El turismo urbano

Los investigadores Pearce, 1999 y Ortuño, 1999:6 sostienen la idea de que existe una serie de factores, variables y elementos clave que reúnen características singulares que favorecen la identificación de la práctica turística en las grandes urbes y concentraciones metropolitanas con una intensidad nunca antes observada y de un modo ostensiblemente diferente a como se venía desarrollando hasta hace algunas décadas.

Tal como señala Pearce, 1999:6, el notorio interés por el turismo urbano se debe a dos cuestiones principales: por una parte, la creciente demanda turística experimentada particularmente en ciudades históricas, que ha provocado una variedad de respuestas para hacer frente a los problemas que acarrea el incremento de la afluencia de visitantes, siendo ésta probablemente la situación que se da en Europa más comúnmente y, por otro lado, numerosas ciudades que han incorporado recientemente en sus políticas urbanas una actitud más proactiva frente al turismo, considerado cada vez más como un sector estratégico para la revitalización de ciudades post-industriales.

Por lo tanto, según plantea Ortuño M. 1999:6, en un intento por acotar el término, se sugiere que el turismo urbano es aquel que se desarrolla en espacios ocupados por ciudades que, ya sea por su emplazamiento

estratégico, por su evolución y riqueza económica, financiera, histórica o socio-cultural, por la disponibilidad de un sello o atractivo que actúa como emblema o, simplemente, por su importante concentración de alternativas de esparcimiento que favorecen el uso del tiempo libre, son capaces de generar el interés en el usuario para desplazarse hacia ellas como parte de su destino final o como componente de un circuito turístico más amplio. Este autor enfatiza en su definición el valor del recurso turístico urbano.

Por su parte, la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2005) señala que en esta modalidad predomina la oferta cultural o de elementos creados por el hombre en las cuales se concentra una oferta de calidad y actividades que son reflejo de la imagen, personalidad y señas de identidad de cada ciudad; dado en esencia por la naturaleza de polos de atracción turística tanto para el turismo nacional como extranjero. Esta demanda muestra las siguientes particularidades:

- Tienen una variedad de motivaciones que impulsa al turista a viajar a dicho destino, lo que hace difícil definir una tipología única, dado a que va a estar delimitada por la diversidad de motivos. Es por ello que esta modalidad puede estar orientada a lo histórico, artístico, étnico o folclórico, religioso, académico, gastronómico, a la artesanía, o al comercio entre otros.
- Posee elevado nivel cultural, aprecia las actividades que la ciudad ofrece.
- Participa en la medida de lo posible de los eventos y servicios que se brindan; integrándose con los habitantes del lugar.

- No tiene un marcado carácter estacional, como el de sol y playa.

En el análisis realizado a las modalidades de turismo de naturaleza y urbano se infiere, a partir de las nuevas tendencias de la demanda, que el uso del patrimonio que identifica las peculiaridades de un país y localidad, en la oferta de actividades turísticas, representa una fortaleza que se refuerza en los productos propios de cada una.

A partir de lo expuesto en este apartado teórico, se puede señalar que ambas modalidades son tratadas en la literatura especializada individualmente. Existe la tendencia de visualizarlas sin tener en cuenta la posibilidad de ofertas integradas que satisfagan las necesidades de los clientes y el uso de los destinos con todas sus potencialidades.

Los autores consideran que la integración favorece a los territorios, ya que contribuye a fortalecer las modalidades que son más débiles desde aquellas que son fuertes, con el apoyo de las organizaciones que trazan la política turística de una región; además, se consolida el producto de estas zonas con un incremento del uso de múltiples recursos turísticos, lo que puede ofertarse al cliente en un amalgama de actividades.

### **III. PROCEDIMIENTO METODOLÓGICO Y RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO**

#### **III.1. Métodos y técnicas**

El estudio se realizó en dos zonas de la provincia de Pinar del Río, donde las mo-

dalidades son representativas, Viñales y la ciudad de Pinar del Río.

La investigación se basa en:

- Consultas de fuentes de información secundaria mediante el análisis de investigaciones precedentes, (Rodríguez, 2011; Sarmiento, 2011; Zapata, 2010; Ortiz, 2007; Ponce, 2006; Camargo, 2003).
- Aplicación de la técnica de encuesta a directivos del turismo, mediante un muestreo aleatorio simple, en una población de 11 para una muestra de 7 individuos.
- Desarrollo de entrevistas a especialistas del turismo en las zonas seleccionadas para el estudio, de un universo de 54 la muestra es de 32 individuos.
- Validación de las bases metodológicas se realiza a través del Método de Expertos, en la versión de Comparación por Pares, en la cual se mide la coincidencia de los especialistas seleccionados en cuanto a la factibilidad y adaptabilidad de la misma para el desarrollo de la integración entre las modalidades objeto de estudio.

En los métodos empleados el cálculo del tamaño de muestra se realizó mediante la expresión matemática de Calero (1978: 55) con una confiabilidad de un 95%.

#### **III.2. Principales resultados del diagnóstico**

- Los estudios realizados por varios investigadores demuestran que se ha logrado

en los últimos años un desarrollo del turismo en la Provincia de Pinar del Río.

- Existe en la actualidad un conjunto de potencialidades que constituyen condiciones favorables para que se desarrolle un producto turístico integrado entre el turismo de naturaleza y el urbano en la provincia.
- Las políticas oficiales del Ministerio del Turismo (MINTUR) declaran como modalidad emblemática el turismo de naturaleza, limitando el desarrollo de otras modalidades turísticas.
- No existe un conocimiento real de las preferencias de los clientes que visitan la provincia, asociadas a las diferentes modalidades de turismo que se pueden desarrollar en la misma.
- El limitado el uso de recursos naturales y culturales para el desarrollo de la modalidad de naturaleza y urbana.
- Carencia de ofertas de actividades turísticas que integren los recursos del espacio urbano u natural.

#### IV. BASES METODOLÓGICAS

La definición de bases metodológicas que los autores asumen es la plataforma de carácter general que define: elementos clave, premisas, principios, actuaciones prácticas y operaciones, así como las etapas para la implementación orientada a sustentar el desarrollo de un fin específico, a partir de investigadores tales como: de la Nuez, 2005; Monfort, 2002 y García, 2010

A continuación se desarrollan cada uno de los componentes de las bases metodológicas para el desarrollo de un producto integrador.

##### IV.1. Elementos clave

- *Importancia:* La ciudad de Pinar del Río y la zona de Viñales muestran un patrimonio cultural y natural con incuestionables valores, en algunos casos únicos en el país, que permite ofertar un producto integrador.
- *Singularidad:* Su patrimonio cultural y natural constituyen particularidades propias del territorio, otorgándole un sello distintivo en relación a otros sitios de Cuba.
- *Agrupamiento:* El patrimonio cultural y natural del territorio de Pinar del Río se muestra actualmente al visitante de una manera dispersa. Si se logra un producto integrador que sea representativo del desarrollo histórico, geológico, natural y cultural del territorio, se puede generar el suficiente interés para atraer a un mayor número de turistas, utilizando para ello, con mayor énfasis, los recursos más emblemáticos del territorio que han sido objeto de reconocimientos nacionales e internacionales. Aunque la bibliografía especializada indica dos formas de hacerlo, el producto que se propone gestionar agrupará los atractivos turísticos de ambos lugares.
- *Creación de una marca:* para seducir y convencer a los turistas potenciales que hagan uso de este producto, a partir de

una imagen del mismo. Por su singularidad a nivel mundial, su nombre deberá estar asociado a la tierra que produce el habano, unido la presencia de las formaciones montañosas de mogotes y a los portales de sus casas.

- Acceso: El tiempo y la distancia son factores que los turistas tienen en cuenta a la hora de elegir un sitio turístico a visitar. Este producto puede aprovechar su proximidad a la ciudad de la Habana, al mostrar la fusión de recursos emblemáticos de tipo natural en las zonas rurales y culturales de la ciudad.
- Planificación estratégica: Para desarrollar un producto turístico integrado mediante una estrategia turística global que reúna a los principales actores del sector estatal y privado, fomentando la iniciativa local que facilite el desarrollo de recursos de alojamiento, gastronomía y otros servicios.
- Accesibilidad: La presentación del patrimonio cultural y natural de ambos sitios deberá ser comprensible y atractiva para que los turistas aprendan y recomienden dicho producto. El circuito turístico deberá tener varios elementos en común, como pudieran ser los formatos de las entradas y los folletos que ofrecen información documentada de cada sitio. Dadas las debilidades que presenta la Ciudad de Pinar del Río, se deberá priorizar la señalización y el análisis casuístico de los horarios de apertura, así como de la explicación del significado y trascendencia del lugar patrimonial, dirigido al público que la visita. Se hace necesario destacar la importancia de mantener el

buen estado de las vías para acceder a los sitios que se comercializan, tanto de las zonas urbanas como rurales.

- Sostenibilidad: Se deberá planificar, ofertar y comercializar este producto turístico fundamentado en principios éticos y colectivos para el manejo racional y responsable de los recursos naturales y culturales, cuyos beneficios económicos mejoren la calidad de vida de todos los sectores involucrados (Márquez, 2004), es decir, que pueda constituir una alternativa para la integración de la localidad en el desarrollo del turismo, como forma de asumir la sostenibilidad desde una perspectiva local. A lo anterior se debe añadir la importancia de la conservación en buen estado del patrimonio natural y cultural que se utiliza en los productos turísticos de ambas modalidades, como un elemento importante que el cliente valora para el disfrute de sus actividades.

#### IV.2. Premisas

Este punto reúne un conjunto de aspectos, tales como:

- La implementación de nuevas oportunidades relacionadas con la participación de la población en la toma de decisiones en cuestiones de política y proyectos turísticos.
- La puesta en marcha de los proyectos que favorecen el desarrollo local para la apertura de nuevos negocios, como actividades económicas productivas con financiamiento para su ejecución, haciendo uso de los recursos endógenos.

- Los beneficios del desarrollo de proyectos de iniciativa local que facilitan los procesos de integración territorial.
- Formulación e implementación, por parte de la Delegación del MINTUR de la provincia, de una estrategia territorial orientada a lograr una unidad integradora que contribuya a una gestión turística coherente.
- La integración de todas aquellas organizaciones, que tienen vínculo directo e indirecto con la actividad turística.
- El funcionamiento eficiente de la Comisión Cultura y Turismo, con un enfoque local y global en el desarrollo integral del turismo.
- Mejora de la oferta: a partir de una re-orientación continua a través del diagnóstico y el control sistemático de la oferta del producto, desde diferentes puntos de vista (clientes, pobladores y organizaciones directas e indirectas vinculadas con la actividad).
- Aprendizaje: Desarrollar conocimientos, habilidades, capacidades, actitudes y valores, que modifiquen el comportamiento de las entidades y pobladores que inciden en la gestión de un producto integrador que realza el valor del patrimonio etnocultural como elemento diferenciador y el uso de los recursos endógenos en función del desarrollo turístico; sobre la base del autoaprendizaje y de la enseñanza continua.
- Flexibilidad: Lograr su implementación según el estadio en que se encuentren el desarrollo turístico y las características de la infraestructura de la provincia, sujeto a un constante proceso de perfeccionamiento.
- Creatividad: Formar un ambiente que propicie el desarrollo de la creación y la innovación de nuevos productos complementarios que favorezcan la integración del turismo de naturaleza y el urbano.

### IV.3. Principios

- *Producto integrador fundamentado en el turismo sostenible*: El diseño del producto integrador debe hacer uso de los recursos culturales, naturales y económicos, con el enfoque de preservar las tradiciones y costumbres locales; además, con la garantía de que perduren en el tiempo en buen estado de conservación, para lo cual se debe implementar diferentes instrumentos (Ejemplo: indicadores de sostenibilidad. entre otros) que muevan el accionar para mitigar los impactos negativos de la actividad.
- Proactividad: se deberá analizar el entorno para adaptarse o anticiparse a él, en lo referente a la gestión del producto integrador.

### IV.4. Actuaciones y operaciones

- A. *Actuaciones y operaciones para el diagnóstico de la demanda a partir de las características del territorio*.
- Puesta en marcha de un equipo interdisciplinar que realice un diagnóstico de las



potencialidades culturales, naturales y económicas, para su posterior inventario, con una visión que los articule en una lógica coherente, que permita confeccionar un producto integrador, según las expectativas de la demanda.

- Estudio sistemático de las preferencias de los clientes que practican las modalidades objeto de estudio, enfatizando en el uso de aquellos recursos que son comunes, para reforzar el producto turístico integrador.
- Inventario de los atractivos turísticos del territorio, teniendo en cuenta todos los prestatarios y propietarios, para poder proyectar un producto realmente integrador.
- Empleo de métodos para el diagnóstico como cartografía temática, sistemas de información geográficos, índice espacial de frecuentación turística, etc.

#### *B. Actuaciones y operaciones para la confección del producto turístico.*

- Definir el producto que facilite integrar en la actividad del senderismo, no sólo los recursos naturales, como es costumbre, sino también insertar los recursos culturales de los espacios naturales y la ciudad (Colectivo de autores (2005))
- Reforzar las actividades que se realizan en el turismo de naturaleza con nuevas propuestas como el deslizamiento en yaguas, monta de toros, cabalgatas y la incorporación de nuevos atractivos a la

actividad de senderismo, según aparece en la sección destinada al análisis de los resultados de la encuesta.

- Exploración de otras modalidades complementarias que enriquezcan con nuevas ofertas el producto turístico integrador (turismo de compras, de negocios, de eventos, rural, entre otras).
- Legalización del producto integrador mediante su presentación al Comité de Producto Turístico del MINTUR y al Grupo de Diseño Estratégico de la provincia para su incorporación en su estrategia de desarrollo.

#### *C. Actuaciones y operaciones para la campaña promocional del producto.*

- Favorecer las vías de comunicación entre los diferentes representantes del turismo en Pinar del Río.
- Coordinar las actuaciones de las diferentes entidades que pudieran ofertar el producto integrador.
- Creación de un logotipo representativo del producto integrador que despierte el interés de los clientes, mediante el empleo de técnicas participativas de trabajo en grupos interdisciplinarios y con la consulta a los pobladores de las localidades implicadas.
- Promocionar el producto integrador desde otras provincias del país, a través de un trabajo coordinado con las agencias de viaje y turoperadores.

- Promocionar el productor integrador como destino Pinar del Río en las ferias del turismo y en los eventos comerciales que se realicen nacional e internacionalmente.
- Uso de las nuevas tecnologías de las comunicaciones, con énfasis en el empleo de Internet, para la promoción del producto integrador.

#### *D. Actuaciones y operaciones para la venta del producto turístico.*

- Realizar ventas directas del producto integrador a los proveedores.
- Realizar ventas en otros puntos nacionales de mayor afluencia turística.

### **IV.5. Etapas para su implementación**

#### *A. Sensibilización.*

Se preparan los actores que intervienen en el éxito de la gestión del producto integrador. La conformación de un Grupo Gestor del Producto Integrado (GGPI) – especialista del turismo- favorece esta etapa, ya que su misión fundamental es la de capacitar, persuadir y promover las acciones de iniciativa local, que contribuyan a un producto turístico integrado.

Entre las acciones que pueden ser gestionadas por la localidad se encuentran:

- Apoyar las fiestas locales, ferias, festejos populares o religiosos, que constituyen parte de su patrimonio cultural.

- Propiciar la creación de organizaciones populares que contribuyan a las labores de información, promoción y preservación del patrimonio natural y cultural.
- Mejorar las actitudes de la población hacia el turista.
- Aumentar la oferta de servicios turísticos, para recibir y atender a los visitantes y mejorar los actuales.

#### *B. Implementación de las bases metodológicas*

En esta etapa el GGPI debe definir, en coordinación con los directivos de las organizaciones directas e indirectas vinculadas con la actividad turística, las responsabilidades que le competen para apoyar el producto turístico integrado.

La Delegación del MINTUR, en colaboración con el Gobierno Local, serán los responsables de guiar y controlar el cumplimiento de las acciones para incentivar y lograr el compromiso de todas las entidades que participaran en este producto.

En esta etapa se ejecutarán los diferentes tipos de actuaciones y operaciones de las bases metodológicas.

El GGPI deberá encargarse además de coordinar la puesta en práctica del producto, estimulando a un trabajo cohesionado entre las administraciones de los territorio involucrados en las modalidades objeto de estudio, considerando los antecedentes que favorecen este proceso y soportando el mis-

mo bajos las concepciones de la sostenibilidad en el turismo.

La implementación de las actuaciones y operaciones deberán velar por el principio de la flexibilidad y la creatividad para lograr sortear los obstáculos que imponen las debilidades que aún susciten en el desarrollo turístico de la provincia.

### *C. Regulación y supervisión.*

Esta etapa esta prevista para que durante la puesta en práctica de las actuaciones y operaciones de la gestión del producto turístico integrador se realice el monitoreo y la reflexión de su ejecución y sus resultados, de forma tal que contribuya a la retroalimentación de los factores que intervienen. La misma permite ajustar las actuaciones gestoras según las preferencias de los clientes, las características del territorio y el desarrollo de los factores y funcionarios que participan.

Para ello se deberá realizar el análisis crítico de todas las actuaciones y operaciones en función de este producto, durante su diagnóstico, creación, promoción y venta.

Se confeccionará e implementará con estos fines políticas que regulen y supervisen la participación de los diferentes factores que participan.

La valoración de la gestión del producto integrador enriquecerá nuevas actuaciones y operaciones para el perfeccionamiento del mismo, la cual debe mantener como un reto la permanente integración de las modalidades y su impacto en el desarrollo local.

## **IV. VALIDACIÓN DE LAS BASES METODOLÓGICAS PARA LA GESTIÓN DE UN PRODUCTO INTEGRADOR**

La validación de esta bases metodológicas se realiza mediante la aplicación de uno de los métodos generales de prospectiva, denominado método de evaluación, a través del criterio de expertos, el cual utiliza como fuente de información la opinión de un grupo de personas, las que se supone que poseen un conocimiento elevado del tema que se va a tratar (Ramírez, 1999).

El método en cuestión se puede aplicar utilizando diferentes metodologías para evaluar la opinión de los expertos. En este caso se utiliza la metodología de comparación por pares, cuya aplicación tiene por objetivo validar las bases metodológicas para gestionar un producto turístico integrador.

Para aplicar el método se siguieron los siguientes pasos:

### **V.1. Selección de los expertos**

La fiabilidad de los resultados que se obtienen de la aplicación de este método depende, en buena medida, de la selección de los expertos. Esta fiabilidad está determinada por:

- El número de expertos.
- El prestigio profesional del experto, avalado por la opinión generalizada acerca de la autoridad del especialista en el problema o fenómeno estudiado y por

los indicadores objetivos de la competencia del especialista en la esfera de la actividad que desarrolla, en nuestro caso docente-investigativa.

Existen diferentes criterios sobre la cantidad de expertos a consultar, en este sentido las autoras han apuntado que una cifra menor que siete coinciden con el rápido incremento del error medio grupal, y una mayor que quince puede provocar una reducción sensible de dicho error. En el caso de la presente investigación, tomando en consideración los elementos señalados por estos últimos autores se emplean en total diez expertos para realizar la consulta.

Los resultados que se obtiene son los siguientes:

*Primera parte:*

- El 100% laboran directamente vinculadas a la actividad turística, de ellas un 60% son del sistema MINTUR y los otros le colaboran directamente.
- El 80% tienen 10 años o más vinculados a la actividad turística y un 20% entre 5 y 9 años.

*Segunda parte:*

De un total de 10 personas seleccionadas que llenaron el cuestionario de autoevaluación, 9 se consideraron como expertos, de ellos 8 clasifican como alto sus conocimientos al respecto, y ello da la posibilidad de incluirlos como expertos. Los otros dos

sujetos categorizados como medio, para un coeficiente de competencia (K) de 0,75 cumplen con la condición que establece Ramírez, 1999 (valor que se encuentra entre 0,76, rango establecido como competencia alta, según el método).

## **V.2. Recopilación de la información**

Posteriormente se elabora un documento que se envía a los 10 expertos, el cual contiene las bases metodológicas, en la cual se deben apoyar para cumplir con el objetivo que se propone.

## **V.3. Procesamiento de la información**

El método de experto utilizado hace uso de las frecuencias absolutas y relativas, que se obtienen de las opiniones de los expertos consultados para obtener los puntos de corte. Estos se emplean en la determinación de la categoría evaluativa que se le otorga a cada componente de las bases metodológicas, según los criterios a evaluar (importancia, factibilidad y adaptabilidad)

En cuanto a las preguntas, que dan la posibilidad de nuevas sugerencias, a partir de las consideraciones de los expertos, se aplicó el cálculo de la frecuencia relativa, para el análisis de las respuestas.

## **V.4. Análisis de los resultados**

El criterio que corresponde a la importancia de las diferentes fases de las bases metodológicas se obvia del procesamiento

de los resultados, ya que no existen discrepancias en las opiniones de los expertos, al ser evaluadas por el 100% de ellos, en la categoría de alta.

En cuanto a la factibilidad y adaptabilidad de los componentes obtuvo la categoría de alto, lo cual permite concluir que es válida, desde el punto de vista empírico, la propuesta formulada en las bases metodológicas.

El análisis general de los resultados de la aplicación del método de la evaluación de los expertos realizado en este capítulo permite concluir que las bases metodológicas que se proponen para gestionar un producto que integre el turismo urbano (ciudad de Pinar del Río) y el turismo de naturaleza (zona Viñales), constituye una guía para el posterior diseño de dicha gestión. Se aprecia coincidencia en las valoraciones brindadas por los expertos con relación a su importancia, factibilidad y adaptabilidad, con los resultados que se esperan obtener de su aplicación y la incidencia en el desarrollo turístico de la provincia de Pinar del Río.

## **VI. CONCLUSIONES**

- Las modalidades objeto de estudio son tratadas por los especialistas y organizaciones de manera individualizada, sin tener en cuenta que una visión integradora de todas ellas en un territorio, puede contribuir a un desarrollo turístico donde se potencien los recursos culturales, sociales y naturales de las zonas urbanas y rurales.

- La gestión integrada de modalidades turísticas en un mismo territorio presupone la posibilidad de aquellas que sean más fuertes contribuyan al arrastre de las más débiles.
- Una alternativa para que la gestión de la integración de las modalidades turísticas de un territorio sea factible es la propuesta de determinadas bases metodológicas estructuradas a través de cinco componentes (elementos clave, premisas, principios, las actuaciones prácticas y operaciones orientadas a desarrollar dicho producto; así como las etapas para su implementación).
- El análisis general de los resultados de la aplicación del Método de Expertos permite concluir que las bases metodológicas que proponen los autores para gestionar un producto que integre el turismo urbano (ciudad de Pinar del Río) al de naturaleza (zona de Viñales), constituye una guía importante, factible y adaptable para el desarrollo del territorio en cuestión.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- AYALA, H. (2007): Modalidades Turísticas. Características y situación actual. La Habana: Universidad de La Habana, Centro de Estudios Turísticos de La Habana.
- BARRERA, S. (2005): La importancia económica y social del turismo urbano para los destinos turísticos. Nuevo León: Ponencia presentada en el Forum de Turismo del Estado de Nuevo León, México.
- CALERO, A. (1978): Técnicas de muestreo, La Habana: Ed. Pueblo y Educación.

- CAMARGO, I. (2003): Aportaciones metodológicas para la Introducción del turismo rural en la República de Cuba. Estudio del caso: Zona Turística Viñales”, España: Tesis de Doctorado en opción al título de Doctora en Geografía. Universidad de Alicante.
- COLECTIVO DE AUTORES. (2005): Gestión de destinos turísticos. La Habana: Monografía. Centro de Estudios Turísticos Universidad de la Habana. Cuba, p. 41.
- DE LA NUEZ, D. (2005): Modelo de Gestión de la Calidad basado en el Liderazgo como valor instrumental aplicado en empresas de proyectos. Pinar del Río: Tesis presentada en opción del grado científico de Doctor en Ciencias Económicas, Cuba.
- GARCÍA C. (2010): Bases metodológicas para el Rediseño organizacional de la actividad empresarial de la Subordinación local en Pinar del Río. Pinar del Río: Tesis en Opción al Grado Científico de Master en Dirección de Empresas. Universidad de Pinar del Río “Hermanos Saiz Montes de Oca” Facultad de Economía, Cuba.
- HUANG, CH. y CONFER, J. (2009): Applying the tourism opportunity spectrum model in nature-based tourism management. En: *Managing Leisure* 14(4), pp. 247- 257.
- MÁRQUEZ, L. (2004): El deber ser de la relación ciencia, tecnología y sociedad de la política de desarrollo sostenible en destinos de sol y playa. En: *Revista FACES* 15 (25). Universidad de Carabobo. Venezuela.
- MEDINA, N., y SANTAMARINA, J. (2004): Turismo de naturaleza en Cuba. La Habana: Ed. Unión.
- MINISTERIO DE CULTURA, (1979): Declaratoria Valle de Viñales Monumento Nacional, Resolución no 4, Cuba.
- \_\_\_\_ (1989 a): Declaratoria Cueva de los Petroglifos, Cueva del Cura y Cueva del Garrafón, Monumentos Locales, Resolución no. 63, Cuba.
- \_\_\_\_ (1989 b): Declaratoria Gran Caverna de Santo Tomás, Monumento Nacional, Resolución no 59, Cuba.
- \_\_\_\_ (1989 c): Declaratoria Microcyca callocoma Monumento Nacional, Resolución no 60, Cuba.
- MINISTERIO DE TURISMO, (2000): La Política Comercial del País, Capítulo I, p.10, Noviembre.
- MONFORT, V. (2002): Turismo cultural: la experiencia de Valencia capital. En: I Congreso Internacional de Turismo Cultural, Sesión: Tematización y gestión del turismo cultural.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO, (2005): El turismo urbano y la cultura: la experiencia europea. Madrid, España.
- ORTIZ ORDAZ, F. (2007): Estrategia metodológica para desarrollar los valores asociados a una cultura organizacional en el turismo sostenible. Estudio de caso: zona turística de Viñales. Pinar del Río: Tesis en opción al título de Doctor en Ciencias Económicas.
- ORTUÑO, M. (1999): Turismo Urbano en el Mediterráneo. España: Ponencia sobre Sistema Mediterráneo de Ciudades, Escuela de Verano, Universidad de Girona.
- PEARCE, D. (1999): Turismo en París. Estudios en Microescala. Francia. En: *Revista Annals of Tourism Research*, 3 (2).
- PÉREZ, V. E. (2011): Procedimiento de agregación para construir indicadores sintéticos de sostenibilidad en las zonas de turismo de naturaleza en Cuba. La Habana: Tesis presentada en opción al grado científico de Doctor en Ciencias Económicas. Universidad de La Habana, Cuba.
- PONCE, F., (2006): Propuesta para un complejo integral de Servicios en el centro Histórico de la Provincia de Pinar del Río. Pinar del Río: Tesis en opción al título de Master en Dirección. Universidad de Pinar del Río.
- RAMÍREZ, L., (1999): Algunas consideraciones acerca del método de evaluación utilizando el criterio de expertos. Colombia: Conferencia dictada en Santa Fé de Bogotá, D. C. Colombia, Julio 6.

RODRÍGUEZ, M. (2011): Propuesta de comercialización para la oferta integrada del destino Viñales. Pinar del Río: Tesis en Opción al título de Máster en Dirección. Universidad de Pinar del Río, Cuba.

SARMIENTO, E. (2011): Metodología para la planificación estratégica en función del desarrollo económico local en el municipio viñales. Pinar del Río: Tesis en Opción al título de Máster en Dirección. Universidad de Pinar del Río, Cuba.

UNESCO, (1999): Declaratoria de Paisaje Cultural del Patrimonio de la Humanidad Marrueco: XXIII Sesión del Comité de Patrimonio Mundial, 29 nov. al 4 de dic., Marrakesh.

ZAPATA, E., (2010): Propuesta de un plan estratégico para el desarrollo del turismo cultural en la Ciu-

dad de Pinar del Río. Pinar del Río: Trabajo de Diploma en opción al título de Ingeniero en Ecoturismo. Universidad de Pinar del Río “Hermanos Saiz Montes de Oca” y Universidad Técnica de COTOPAXI, Ecuador.

## **NOTAS**

(1) Etapa en la historia de Cuba que se corresponde con la crisis económica generada por la caída del campo socialista, principalmente de la antigua Unión de Repúblicas Socialistas Soviética y sus aliados; la desaparición del Consejo de Ayuda Mutua Económica (CAME); así como el recrudescimiento del embargo norteamericano.

(2) Ministerio de Ciencia Tecnología y Medio Ambiente de la República de Cuba.

