



DISEÑO DE UN PRODUCTO SERVICIO QUE VINCULA TRADICIÓN, CULTURA Y TURISMO RURAL

Yudiht Sánchez Romero
Universidad de la Habana. Facultad de Turismo
yudihtsanchezromero@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0001-8500-5895>

Thalia Lee Pons
Esp. Comercial de Turarte S.A
thalialeepons@gmail.com
<https://orcid.org/0009-0001-2778-7304>

Autor para correspondencia: yudihtsanchezromero@gmail.com

Recibido: 30/01/2025 Aceptado: 28/04/2025 Publicado: 07/07/2025

RESUMEN

Este trabajo parte del estudio de los beneficios del turismo rural para la dinamización de los territorios y la revaloración del patrimonio y cultura de las comunidades rurales; en contrarresta con los problemas de emigración, pobreza y rezago que enfrentan estos fenómenos. En el caso de Cuba, se investigó el comportamiento y prácticas de esta tipología, así como la tendencia del campesino a abandonar sus saberes tradicionales. De esta manera, el objetivo de la investigación consistió en diseñar un producto servicio para la práctica del turismo rural que promulgue y salvaguarde la cultura y tradiciones del campesinado. Teniendo como contexto de estudio la Comunidad El Guayabal, en el territorio Mayabeque. Mediante el empleo de entrevistas semiestructuradas, no estructuradas, observación científica, la segmentación por beneficio y el estudio de oportunidad, se determinó que existe una demanda potencial a experiencias de estilo rural, el territorio cuenta con excelentes recursos, atractivos agrarios y culturales, que responden a los beneficios esperados, sin embargo, las condiciones no son óptimas para la finalidad proyectada, debido a la ausencia de infraestructura de servicios, el bajo nivel de percepción de la población sobre el valor de su patrimonio, y la carencia de una identidad cultural comunitaria. En este sentido, a través del método Delphi o Criterio de expertos, se validó la factibilidad propuesta del producto servicio diseñado, para escenarios futuros, en función de contribuir al fortalecimiento de la participación comunitaria y la salvaguarda de sus saberes y expresiones tradicionales.

Palabras clave: turismo rural; cultura campesina; finca El Guayabal



ABSTRACT

This work had its starting point in the study of the benefits of rural tourism for the revitalization of territories and the revaluation of the heritage and culture of rural communities; in contrast to the problems of emigration, poverty and backwardness that these phenomena face. In the case of Cuba, the behavior and practices of this typology were investigated, as well as the tendency of the peasant to abandon their traditional knowledge. Thus, the objective of the research was to design a product service for the practice of rural tourism that promotes and safeguards the culture and traditions of the peasantry. Having as a context of study the El Guayabal Community, in the Mayabeque territory. Through the use of semi-structured and unstructured interviews, scientific observation, benefit segmentation and opportunity analysis, it was determined that there is a potential demand for rural-style experiences; the territory has excellent resources, agricultural and cultural attractions that respond to the expected benefits; however, the conditions are not optimal for the projected purpose, due to the absence of service infrastructure, the low level of perception of the population about the value of its heritage, and the lack of a community cultural identity. In this sense, through the Delphi method or Expert Criterion, the proposed feasibility of the designed product-service was validated for future scenarios, in order to contribute to the strengthening of community participation and the safeguarding of their traditional knowledge and expressions.

Keywords: rural tourism; peasant culture; el Guayabal farm.

INTRODUCCIÓN

De acuerdo con la World Tourism Organization (2022), el turismo rural es un tipo de actividad turística en el que la experiencia del visitante está relacionada con un amplio espectro de productos vinculados por lo general con las actividades de naturaleza, la agricultura, las formas de vida y las culturas rurales, la pesca con caña y la visita a lugares de interés.

Vera (2020) define que el turismo rural son todas aquellas actividades turísticas que ocurren directamente en las comunidades, dentro de su área agrícola, ganadera, pesquera u otra característica del medio. Afirma que dichas prácticas oscilan entre la observación de la vida cotidiana y la participación en las labores, mencionando como parte del mismo a, “...el etnoturismo, el turismo cinegético, la pesca deportiva, la eco



arqueología, el agroturismo, la preparación y uso de medicina tradicional, talleres gastronómicos, fotografía, aprendizaje de lenguas nativas, vivencias místicas y talleres artesanales” (Semarnat, 2017), (p.30) citado en (Vera, 2020)

Según la Universidad Nacional de Lanús (2021), la crisis epidemiológica provocada por la pandemia Covid-19, exhorta a replantear el modo de interacción del hombre con la naturaleza, considerándose la necesidad de un cambio en la percepción, utilización y tratamiento del entorno.

Los principios de sostenibilidad se fortalecen, y algunas formas de hacer turismo sobresalen por su calidad ambiental. Hernández et al. (2021) comentan que, ante el imperante distanciamiento físico, los espacios rurales se convierten en escenarios para la descongestión de la masividad y convencionalismo que tipifica al turismo de ciudad. Es en este contexto donde el turismo rural se contempla como una práctica idónea para el bienestar.

González (2011), apunta que una particularidad de los productos turísticos rurales es brindar servicio personalizado orientado al entorno y la cultura local. En este sentido, la agricultura, el patrimonio agrario y las tradiciones rurales se asumen como productos de turismo rural, que favorecen el desarrollo sostenible de los espacios y comunidades rurales, a través del conocimiento e interacción con el paisaje agrario, el trabajador agrícola, sus productos y tareas, expresiones de su identidad material y saberes, la gastronomía local y la viticultura.

A través de estas actividades se entrega al visitante una experiencia auténtica, enriquecedora y educativa, que favorece la conservación de los paisajes agrícolas, y una mayor estimación del patrimonio rural. (Rodríguez & Sánchez, 2020)

En el caso de Cuba, aunque existen potencialidades en terrenos cultivables y un clima favorable para estas prácticas, el turismo basado en agricultura sostenible aún resulta ligeramente novedoso.



En este sentido, destacan las fincas agroecológicas, El Paraíso y El Olivo en Pinar del Río, para el conocimiento desde la observación y la degustación, en articulación de actividades de naturaleza y aventura; la Finca Marta en Artemisa, que propone un mayor acercamiento a la ruralidad, con el involucramiento del visitante en las actividades agrarias, mientras que la paladar Mediterráneo Havana entrega “la experiencia culinaria de la granja a la mesa”, e incluye recorridos dentro de la misma. (CubaUnique, 2021)

De forma general, el alcance del agroturismo y turismo rural en la isla es limitado, por el hecho de no garantizar productos integrados que abarquen cultura campesina, actividad agrícola y participación activa.

A favor, la nueva estrategia de la agencia de viaje especializada en turismo de naturaleza, aventura y rural ECOTUR S.A, se ha propuesto estimular la creación de ofertas de turismo rural en el territorio, que se centrarán en las fincas estatales, privadas, productivas turísticas, agroecológicas y docentes de producción científica, las que, en conjunto con el diseño de excursiones conformarán la cartera de productos, y se dinamizará su comercialización a partir de una biblioteca digital. (BuenViaje a Cuba, 2022)

Las potencialidades turísticas del medio rural, recaen en la existencia de un patrimonio cultural material e inmaterial de alto valor y amplitud, la calidad innata del entorno medioambiental, los recursos naturales que privilegian los niveles de competitividad, así como aptas y enormes condiciones para diferentes prácticas de deportes y actividades al aire libre. (Grande, 2020)

Como ventajas, concebir turismo en zonas rurales puede favorecer el fortalecimiento de la autenticidad e identidad cultural de los lugares, la revalorización de las raíces, la dinamización de las actividades económicas tradicionales y la concientización medioambiental. (Díaz et al., 2020)



Kiefter (2018) menciona que “lo que sustenta el turismo rural es justamente la vida campesina, el trabajo de la tierra y la cultura vinculada con esa actividad” (p.21). Por su parte, Velázquez (2020) afirma que “El desarrollo rural exige que se tenga en cuenta al campesinado como sujeto creador de ese desarrollo y garantía de continuidad histórica” (p.38). Asevera que, “La cultura campesina está conformada por el patrimonio natural, el intangible y los bienes muebles que incluyen sus viviendas, avíos de trabajo y medios del hogar” (p.31). Analizando lo anterior, el poder del campesino en el destino rural es proveer el patrimonio cultural que se adecua, distingue y enriquece el espacio.

La cultura campesina y el medio rural se han visto en abandono por parte del propio campesino, una tendencia que puede tener su explicación en los cambios que señalan Pérez (2018), Dirven y Candia (2020) y López (2020), referidos a la introducción de rasgos culturales urbanos al medio rural, las constantes migraciones del campo y el interés por trabajos que difieren de sus economías tradicionales.

Respecto al campesino cubano, Velázquez (2020) agrega que su transformación en un trabajador rural informado y preparado tecnológicamente incidió sobre su producción cultural, un aspecto que de acuerdo con el autor no debe alterar su esencia natural, sino más bien este debe ser capaz de incorporarse a los nuevos avances y de preservar sus conocimientos y tradiciones, emerger como un productor cultural activo en estrecho vínculo con su actividad económico-social” (p. 36).

La importancia de salvaguardar la identidad cultural rural, además de ser una cuestión de valoración de trascendencia histórica del campesino, supone también beneficios para el turismo, al figurarse su patrimonio material e inmaterial como recursos generadores de experiencias auténticas.

Esto solo será posible si el portador local es quien lo ofrece, es decir, si la comunidad local se vincula a las prácticas turísticas dentro de su localidad, ya que, el patrimonio



cultural para el turismo es manejado exclusivamente por los decisores turísticos”, puede generarse lo que Betancourt (2015) reconoce como “cultura para el turismo” con riesgos de deformación del valor patrimonial al reconstruir una cultura de espectáculo para la prioritaria satisfacción del cliente.

En Cuba, el turismo rural es una actividad de muy poco conocimiento, basando esta afirmación en la escasa información que se tiene de su gestión (Hernández et al., 2021) señalan que no hay participación de las entidades locales dentro de la gestión turística, y una tendencia hegemónica de las agencias de viajes y otras instituciones en los procesos de diseño y comercialización, donde prevalecen las formas de circuito tradicional, mientras que la tendencia de asociar una experiencia rural propia, en interacción con el campesino y su patrimonio, tienen muy poca expresión.

Por tanto, las expectativas de salvaguarda sobre la cultura campesina cubana deben estar enfocadas en el sentir del propio campesino, y además contextualizadas también en su tierra; una cuestión aún más importante cuando su valor se enaltece con el hecho de poseer entre su patrimonio el reconocimiento del Punto Cubano como Patrimonio Inmaterial Cultural de la Humanidad por la UNESCO, en el 2017.

Sin embargo, actualmente se están dando pasos importantes en la concepción exacta de turismo rural en Cuba, (BuenViaje a Cuba, 2022) y se tienen en cuenta los espacios de fincas, comunidades agropecuarias y agroecológicas para ello, en contrarresta de la baja participación de estos espacios al turismo. (Hernández et al., 2021)

La Granja Universitaria Productora el Guayabal, ubicada en el municipio San José de las Lajas, en la provincia de Mayabeque, perteneciente a la Universidad Nacional Agraria de La Habana “Fructuoso Rodríguez” (UNAH), según Rodríguez et al. (2021) es una finca con fortalezas para actividades del turismo rural y agroturismo, ya que se trata de un entorno agropecuario, con una buena tradición de actividades agrarias.



Debido a la heterogeneidad demográfica de su población, en la comunidad de la granja, (que adopta el mismo nombre), se pueden identificar diversas fuentes tradicionales y culturales en convivencia, pero como comunidad se detecta una deficiente dinamización sociocultural y no se reconocen símbolos de identidad local, lo que no esclarece vigencia de patrimonio cultural y tradicional protegido, el cual puede llegar a ser desconocido por las generaciones intermedias y nuevas.

Otra gran debilidad de la granja, señala la investigación, es la ausencia de infraestructura para la recreación, la proyección cultural y los servicios gastronómicos, fundamentalmente alejados de las iniciativas locales para el emprendimiento. (Rodríguez et al., 2021)

Aunque no sea un territorio con experiencia en el turismo, sus recursos naturales e histórico-culturales tienen potencial para el empleo turístico, a la vez que estas prácticas en la localidad pueden dinamizar positivamente su desarrollo socioeconómico, pero lo más importante, es que puede contribuir a realzar el valor de sus tradiciones culturales.

Ante la descripción de tales problemáticas se sintetiza el siguiente problema de investigación: ¿Cómo vincular la cultura y tradiciones del campesinado cubano a las prácticas turísticas a favor del desarrollo del turismo rural en la comunidad El Guayabal y teniendo en cuenta la salvaguarda y promulgación del patrimonio intangible?

Se plantea como objetivo general: Diseñar un producto servicio para la práctica del turismo rural que promulgue y salvaguarde la cultura y tradiciones del campesinado.

Objetivos específicos:

1. Fundamentar las bases teórico- conceptuales y metodológicas de la investigación.
2. Identificar el potencial turístico comunitario de El Guayabal.
3. Determinar los elementos que integran el producto servicio.



METODOLOGÍA

A los efectos del estudio realizado, de acuerdo con los criterios de clasificación, se considera que la investigación es empírica, descriptiva y aplicada, por caracterizar el comportamiento de las variables de turismo rural y su patrimonio; que permitieron obtener resultados prácticos ajustados a las condiciones y problemáticas del territorio que sirvió como contexto de análisis: La finca El Guayabal, perteneciente a la provincia Mayabeque de la parte occidental de Cuba.

Además para realizar este estudio, se analizaron diversas metodologías como la de Ibarra (2001), las etapas propuestas por Sancho et al. (2001), como consecución de un proceso, para llevar a cabo investigaciones en el turismo, sin embargo; se rebuscó en varios documentos sobre metodología usados como material de estudio por la Dr. C. Maité Echarri en sus clases de Metodología de la Investigación, y se ha visto el criterio de que la metodología depende de los postulados que el investigador considere válidos para el cumplimiento de los objetivos, además; que esta sea capaz de ordenar y analizar la realidad estudiada. Es decir que, contemplará la secuencia lógica de pasos requeridos para lograr su ejecución.

Por lo anterior, las autoras definen la trayectoria metodológica a partir de dos grandes fases, la primera compuesta por tres tareas y la segunda por tres etapas, lo que permitirán el logro de los objetivos de la investigación que a su vez tributan al cumplimiento del objetivo trazado.

Las fases, sus métodos y herramientas

Fase 1: Identificación del potencial turístico comunitario de El Guayabal

Para esta fase se realizó un análisis de la metodología para la evaluación del potencial turístico comunitario para el desarrollo de productos de turismo rural de Basulto (2019), y la metodología de Dirección Integrada de Proyectos en la esfera turística (DIEP). Como resultado, se definieron tres (3) tareas fundamentales, ajustadas a las características del campo de estudio:



Tarea 1: Descripción de las condiciones del entorno para las prácticas turísticas

Entrevista semiestructurada, a la Dr. C. Oxana Rodríguez Reyes, Decana de la Facultad de Ciencias Sociales de la UNAH, y el MSc. Amircar Herrera Albear. El objetivo fue conocer sobre los recursos del territorio, sus actividades, el papel de la comunidad y la contemplación de las prácticas turísticas en función a sus fortalezas y debilidades.

Observación científica (abierta y participativa) lo que permitió la percepción real y directa de las características de los recursos y condiciones de la comunidad, dentro de su entorno habitual. Se realizó un recorrido general a pie, por las autoras, para describir el patrimonio natural y las zonas agrícolas, donde se pudo contemplar las tradiciones agrarias.

Se tuvo en cuenta la sugerencia de la Secretaría de Turismo de México (SECTUR) (2004), respecto a la planeación rural participativa, donde si bien no se propiciaron talleres para la misma, se logró recopilar información valiosa, gracias a la interacción con los pobladores.

Entrevista no estructurada dirigida a 5 miembros de la comunidad, bajo el requisito de ser representantes de una zona de emigración diferente y tener más de 15 años de estancia en la comunidad, en expectativas de conocer el aporte cultural que ofrecen sus raíces a la comunidad y que pueden convertirse en atractivos.

Tarea 2: Inventario turístico

Para la conformación del inventario se integraron los procesos de enumeración y evaluación, a partir de los recursos identificados. La metodología utilizada fue la propuesta por el Ministerio de Turismo de Ecuador (2018), que se apoyó en las clasificaciones de los recursos de la Organización de Estados Americanos (OEA) (1978), y las categorías de jerarquización de atractivos a partir de los criterios evaluativos de calidad, apoyo y significado. Así como, se estudiaron las herramientas de planificación participativas para el desarrollo turístico comunitario. (Félix & Ganchozo, 2020)



Tarea 3: Estudio de oportunidad

Se realizó el análisis DAFO del territorio, en integración de la identificación de las necesidades de la demanda potencial, la finalidad de la investigación, se determinó si existe o no oportunidad para la implementación del producto servicio a diseñar.

Para la identificación de la demanda potencial, se realizó el análisis de fuentes de información documental sobre el perfil del turista rural, fundamentalmente el comportamiento de la demanda en la etapa post Covid-19, referido a sus motivaciones por el Turismo Rural y local.

Se aplicó la técnica de segmentación por beneficios, para ello se toma como referencia los comentarios de un producto rural de Costa Rica, "Arenal Vida Campesina", un emprendimiento familiar que proyecta ofertar experiencia agrícola educativa, y el conocimiento de los rasgos tradicionales y culturales del medio rural costarricense, teniendo en cuenta que este producto se acerca a las condiciones del campo de estudio investigado.

Para una población de 80 comentarios se aplicó la fórmula de las poblaciones finitas, y se obtuvo el tamaño de la muestra de comentarios a analizar, para una proporción esperada del 50% (0,5)

$$n = \frac{N * Z_{\alpha} * p * q}{d * (N-1) + Z_{\alpha} * p * q} = 66$$

$$d * (N-1) + Z_{\alpha} * p * q$$

Donde:

n = tamaño de la muestra $Z_{\alpha} = 1,96$ si la seguridad es de 95% $q = (1-p)$

N = tamaño de la población p = proporción esperada d = precisión (5%)

Los atributos detectados en los comentarios, están en coherencia con la descripción del producto. Cada atributo listado se representó con un 1, si se tuvo en cuenta, con un 2 en el caso contrario.

La segmentación por beneficios fue realizada con el apoyo del programa estadístico SPSS, con la herramienta de análisis de conglomerados jerárquicos y la identificación de



las segmentaciones en el dendograma, para luego calcular la media de cada beneficio por grupo o clúster.

Fase 2: Determinación de los elementos que integran el producto - servicio

Por último, para la determinación de los elementos que integran el producto servicio se tuvieron en cuenta los datos recopilados a través del análisis de las fuentes de información documental sobre varias propuestas metodológicas basadas en el diseño de productos servicios por autores como, Ramírez (2019), Ceballos (2014), la metodología de DIEP, Ulacia y Gutiérrez (2022), y las sugerencias sobre el desarrollo de proyectos de Ecoturismo, realizándose una combinación de todos los enfoques mencionados, se modificaron y eliminaron algunos procedimientos, hasta lograr la creación de una nueva metodología, compuesta por tres (3) etapas:

Etapa 1: Análisis de la participación

Etapa 2: Diseño del producto turístico. Creación de la idea central

- Generación y selección de ideas (Tormentas de ideas)
- Conceptualización del producto servicio
- Construcción del itinerario (Atractivos y actividades)

Etapa 3: Estudios de factibilidad cualitativa, aspectos territoriales, técnicos, operativos, sociales y ambientales por el método Delphi o Criterio de experto, según Cruz & Cables (2021) para validar el producto diseñado.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Fase 1: Identificación del potencial turístico comunitario de El Guayabal. Resultados y análisis

A partir de los métodos, técnicas, procedimientos descritos con anterioridad se resume que la Universidad Agraria administra su propia Granja, de ahí el carácter docente, práctico laboral, investigativo y científico con que funciona la finca en este entorno agropecuario.



Se identifican recursos de índole agrícola, así como también los recursos ganaderos y todas las variedades de ganado menor, la apicultura y extensos espacios para el pastoreo.

Otros bienes naturales en la finca son la laguna (conocida como Espejo de agua), desde donde se pueden contemplar las Lomas de Somorrostros, y palmas reales que en su conjunto representa la belleza paisajística de los campos cubanos; la existencia de árboles exóticos como la Carolina y la Ceiba.

En sentido general, las condiciones de la granja aún no son óptimas, la principal debilidad está relacionada con el bajo nivel cultural de su población y pocas percepciones de las capacidades de la finca para el turismo.

Se trata de una comunidad en formación, con habitantes procedentes de provincias orientales del país, y debido a que la localidad se compone mayormente de emigrantes, el conocimiento de expresiones tradicionales propias del Guayabal es desconocida, lo que unido a su bajo nivel cultural hace oportuno el desarrollo del proyecto cultural liderado por la UNAH y la Casa de cultura municipal.

A criterio de las autoras, se podrá considerar el valor de cada poblador como emigrante, por su categoría de portador de tradiciones y prácticas, que pueden enriquecer el espacio y la actividad turística.

Análisis de la entrevista no estructurada dirigida a miembros de la comunidad

Las entrevistas permitieron demostrar que, aunque no existan rasgos tradicionales, culturalmente arraigadas que identifiquen a la comunidad en su conjunto, sus miembros son portadores de historias, costumbres, saberes y prácticas de cada lugar al que han pertenecido. En sugerencia, todas estas expresiones pueden contribuir al enriquecimiento de la cultura comunitaria, que se encuentra en formación, de ahí la importancia de asegurar su promulgación.



Análisis de los resultados de la guía de observación

A criterio de las autoras se corrobora lo expresado por los entrevistados y para el propósito y la puesta en valor del producto que se propone se podría acceder a la granja en algún medio de transporte, sus puntos de acceso tienen una extensión igual o mayor a 3 km de recorrido, la trayectoria es en línea recta y permite disfrutar de grandes áreas de paisajes campestre.

Tarea 2. Resultados y análisis del inventario turístico

Se registraron y clasificaron todos los recursos a considerar como atractivos potenciales, teniendo en cuenta las necesidades y beneficios que persigue la demanda de turismo rural. Luego, según las similitudes en tipos y subtipos dentro de una misma categoría, de 19 recursos clasificados, se determinan 9 atractivos y 10 recursos tales como:

Atractivos	Recursos
Agricultura. Ganadería. Tradiciones agrarias y ganaderas. Tradiciones culinarias. Espejo de Agua. Monumento histórico en honor a Máximo Gómez. Artesanías. Música tradicional	Ganado. Áreas verdes para el ganado. Vaquerías. Zona avícola. Organopónico. Hectáreas de cultivos locales. Cultivos locales. Árboles exóticos. Datos de la historia del Guayabal. Carretas de caballo.

Los atractivos Espejo de Agua y el Monumento histórico obtuvieron una categorización jerárquica de III contemplándose como recursos llamativos tanto para el mercado nacional como internacional, pudiendo movilizar e impulsar otras motivaciones de viaje y segmentos de demanda. El resto de atractivos señalados forman parte de la Jerarquía IV, lo que indica que tienen un poder de atracción capaz de movilizar flujos turísticos por sí solos.



Tarea 3. Estudio de oportunidad

Para el análisis DAFO se sintetizaron fortalezas y debilidades de la granja, obtenidas de los resultados de la descripción anterior, mientras que las fortalezas y amenazas fueron extraídas de la matriz FODA realizado por Hernández et al. (2021).

Identificación de la demanda potencial. Resultados y análisis

El crecimiento de la perspectiva de sostenibilidad, han impulsado los viajes de conciencia, que tienen en cuenta los medios de transporte con menor riesgos de contaminación ambiental y actividades de turismo ecológico en cuidado y contribución a la integridad natural, biológica de los espacios y los rasgos culturales de las poblaciones, este último aspecto está vinculado al interés del viajero por conectar con los receptores locales, crear lazos con ellos y que su visita tenga un efecto positivo sobre la comunidad. (Disset, 2022)

Resultados de la segmentación por beneficios

Se identificaron tres grandes clústeres: Clúster 1 (24 usuarios): prefieren viajar en los meses de agosto y febrero. El país de mayor procedencia es Estados Unidos. Existe un balance entre los géneros, un alto número de casados (14), la mitad de los casos tiene al menos un hijo/a (12), sin embargo, el mayor número de preferencias opta por los viajes en pareja (10). Los atributos que más tienen en cuenta son la autenticidad del producto, calidad de la comida, conocimiento de la finca, el consumo de productos locales, la experiencia y hospitalidad de los anfitriones.

Clúster 2 (31 usuarios): La mayoría realizaron sus visitas durante el mes de enero (5), febrero (4), marzo (4), julio (4) y diciembre (4). El país de mayor procedencia es Estados Unidos (20), prevalece el género femenino (22), existe un alto número de casados (19) y con hijos (18), donde las preferencias de viajes son en familia (11), aunque los viajes en pareja tienen también alta representatividad (10). Los atributos que más tienen en cuenta son la autenticidad del producto, calidad de la comida, conocimiento de la



finca, la demostración y participación en actividades tradicionales, el consumo de productos locales y el interés por sus cultivos, así como las habilidades del guía local. Clúster 3 (11 usuarios): La mayoría realizaron sus visitas durante el mes de abril (4). La procedencia más alta es de Estados Unidos (9), prevalece el género masculino (4), las preferencias de viaje son en pareja. Los atributos que se tienen en cuenta son, la autenticidad del producto, la calidad de la comida, el conocimiento de la finca, el consumo de sus productos y el interés por los cultivos.

En análisis general, los 3 clúster comparten la alta procedencia estadounidense y la valoración de los atributos autenticidad, calidad de la comida (referida a su sabor y presentación principalmente), el conocimiento de la finca (entendiendo sus actividades, objetivos, y características), y el consumo de los productos locales. Sin embargo, a razón de ser más completo en cuanto a beneficios y concentrar la mayor cantidad de visitas, se considera que el clúster 2 se acerca más a la identificación de las posibles motivaciones de la demanda de turismo rural en el concepto actual, además de que coinciden con algunas de las tendencias de viajes mencionadas por Disset, (2022). De esta forma, se reconoce el clúster 2 como demanda potencial.

Fase 2: Determinación de los elementos que integran el producto - servicio.

Resultados y análisis

Resultados y análisis de la Etapa 1 “Análisis de participación”

Grupos de interés: UNAH, Delegación del MINTUR en Mayabeque, agencias de viaje.

Autoridades: Ministerio del Turismo (MINTUR)

Individuos: Comunidad local, segmento de turista rural

Entidades involucradas: Casa de la Cultura de Mayabeque

Principales beneficiarios:

Segmento de demanda de turismo rural: Se beneficiarán con la satisfacción de sus principales intereses, referidos a las preferencias de espacios aislados no masificados,



de entorno natural o rural, la interacción y conocimiento de la cultura de las comunidades locales y la experiencia de nuevos estilos de vida.

Comunidad local: Se favorecerá a partir de la salvaguarda y revaloración de sus tradiciones y saberes, así como con la dinamización socioeconómica del territorio, con posibilidades de emprendimientos locales y fortalecimiento de su nivel cultural.

UNAH: La introducción de turismo en la granja universitaria representará un estimulante monetario, cuya parte de la ganancia permitirá crear fondos de inversión para los objetivos de innovación, ciencia y tecnología, además ayudará a promover las buenas prácticas agropecuarias del territorio, a favor de una mejor salud alimentaria.

Opositores:

MINTUR: En caso de que no se estipule una política para el Turismo Rural en Cuba se dificultará la efectividad de la actividad, el desarrollo, extensión y promoción de dicha tipología como práctica potencial del destino país.

UNAH: Si la institución evalúa que el producto servicio no cumple u obstaculiza los objetivos principales de optimización de la actividad y la producción agropecuaria desde la ciencia, la tecnología y la innovación, la propuesta podría ser rechazada.

Socios potenciales:

Casa de Cultura de San José: A partir de su apoyo en la dinamización de la cultura de la comunidad El Guayabal, esta institución podrá evaluar las actividades contempladas en el producto-servicio y colaborar con los objetivos de salvaguarda de tradiciones de los pobladores, ya sea enriqueciendo las ideas, ofreciendo un mejor enfoque o participando de forma activa.

Agencias de viaje: La agencia de viaje especializada ECOTUR, y aquellas receptoras que manejen ofertas de las modalidades de turismo de naturaleza y alternativo podrían verse interesadas en añadir la propuesta a su cartera de productos y emitir flujos de visitantes a la granja.



Caracterización de la institución encargada de implementar el producto servicio:

La institución contemplada para llevar a cabo la propuesta del producto-servicio es la propia UNAH, considerando su autoridad y capacidad para decidir y evaluar las funciones de la granja. Se comprende que como institución docente es un exponente muy exitoso, pero carece de experiencia en la actividad turística, de ahí la necesidad de asociarse a entidades del sector que orienten sus prácticas, les permita ganar experiencia y evalúen sus recursos y atractivos para el turismo.

Fortalezas

Representa la institución administradora y gestora de la granja, de ahí que de ella dependa el desarrollo local y el de la comunidad.

La más importante institución de educación superior del país en materia agropecuaria. Asociada a todos los Centros Nacionales de investigación: (Instituto Nacional de Ciencias Agrarias (INCA), CENSA, y el Instituto de Ciencia Animal (ICA)

Se orienta al desarrollo sostenible y a la seguridad alimentaria del país y fundamentalmente de la provincia de Mayabeque

Posee prestigio y amplia proyección internacional.

Trabaja desde la integración de las ciencias sociales, pedagógicas y agropecuarias.

Desde el papel de la Facultad de Ciencias Sociales y Humanísticas se vincula al desarrollo local comunitario en la proyección de la sociología agraria y de carácter rural, así como en la preservación de la identidad familiar y comunitaria.

Debilidades

Poco conocimiento sobre gestión turística y dinámica del sector, dado que sus objetivos no contemplan estas prácticas.

Necesidad de vincularse con instituciones turísticas como agencias de viaje y la delegación del MINTUR en Mayabeque para la mayoría de procesos de diseño,



comercialización, cotización e implementación de ofertas turísticas a partir de los recursos potenciales de la granja.

Resultados y análisis de la Etapa 2 “Diseño del producto turístico”

Generación y selección de ideas para diseñar el producto

Se conformó un producto turístico viaje, en diseño de una excursión de turismo rural y cultura campesina a la granja y comunidad El Guayabal.

Nombre de la excursión: Experiencia Familiar Guayabal

Servicio básico: Recorrido de conocimiento de las características de la granja y la cultura de su comunidad.

Servicio esperado: Degustación de productos locales y actividades de recreación pasiva como caminatas, observación de animales de granja y paseos a caballo.

Servicio aumentado: Participación en las diferentes actividades locales: agricultura, ganadería, artesanías, manualidades y culinarias, inserción en la vida rutinaria de la comunidad, aprehensión de saberes y técnicas de utilidad diaria, manuales y agrícolas suvenires artesanales.

Conceptualización del producto-servicio

El concepto de Experiencia Familiar Guayabal se sustenta en el conjunto de beneficios materiales e inmateriales reflejados en su paquete servicio, los que se resumen en Autenticidad, Esencia Rural, Saberes tradicionales, Cultura y Hospitalidad Campesina, Educación alimentaria.

Concepto de la excursión: Ofrecer al visitante una experiencia auténtica de esencia rural a través de su participación y vinculación con la granja y su comunidad, abordada desde su faena cotidiana, sus saberes tradicionales, sus productos locales, y el enfoque familiar de la cultura y hospitalidad campesina, que los hará sentir como en casa. Tales objetivos tienen como meta demostrar los beneficios de este estilo de vida para la



educación alimentaria y la aprehensión de conocimientos, técnicas y habilidades útiles en la vida diaria del visitante.

Poniéndose de manifiesto en cada una de las acciones realizadas los atributos básicos del servicio tales como: la seguridad; consistencia; actitud; integralidad y el ámbito.

Frecuencia: Dos veces a la semana, con preferencia durante los meses de febrero a septiembre, para apreciar los procesos de cultivo y cosecha.

Construcción del itinerario

Capacidad Máxima: 10 personas por día

Capacidad Mínima: 5 personas por día

Infraestructura requerida: espacio para talleres y ferias de manualidades y artesanías, ranchón al aire libre para refrigerio y venta de productos locales, guarapera, restaurante rural de comida casera, espacio para talleres de repentismo.

Duración de la excursión: 7 horas

Horario: De 8:00 am a 3:00 pm

Cantidad de paradas: 7 paradas, con sorpresas y experiencias memorables

Resultados de la Etapa 3. Estudios de factibilidad cualitativa

Resultados del Criterio de Expertos

Para una evaluación de 8 expertos se seleccionaron 5 con mayores índices de kc, codificados por puntos según la metodología aplicada.

En consideración de los propios expertos, sus nombres y sexo se mantuvieron en anonimato. Sus cargos y posiciones, permiten conocer la conformación de un grupo integrado por decanos, delegados y subdelegados, masters en ciencias sociales y antropólogos.

Según los cálculos obtenidos en el IMR por factibilidad supera el 80% lo que significa que la propuesta es factible en cada uno de los criterios evaluados. Sin embargo, es necesario medir cuidadosamente los cambios que se generen en el territorio y en el



comportamiento de la población una vez activada la excursión, debido a que estas fueron las factibilidades con más bajo porcentaje dentro del rango viable.

Para determinar la factibilidad general del producto servicio se calculó el IMG, teniendo que:

$IMG = \frac{\sum IMR \text{ de cada criterio de factibilidad evaluado}}{\# \text{ de criterios de factibilidad evaluados}}$. $IMG = 83\%$ por lo que el proyecto se considera viable.

CONCLUSIONES

El estudio teórico y conceptual permitió obtener información valiosa sobre los beneficios del turismo rural para la dinamización de los territorios y revalorización de su patrimonio.

La exploración descriptiva de las condiciones de la granja universitaria El Guayabal, y su comunidad, demostraron la existencia de atractivos y recursos potenciales de alto interés para perfil de turista actual.

El estudio de oportunidad determinó que las circunstancias actuales no son óptimas para la actividad turística, referida a la ausencia de infraestructura de servicios y de la identidad cultural comunitaria.

El diseño de la excursión Experiencia Familiar Guayabal tuvo en cuenta los beneficios esperados por la demanda potencial, y otros añadidos para elevar su satisfacción. Este propicia el fortalecimiento de la participación comunitaria y la salvaguarda de sus saberes y expresiones tradicionales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Basulto-Guilarte, M., Rodríguez-Valencia, L.M., Villalón-Sorzano, L., Durán-Rodríguez, E., Peláez-Rodríguez, T. (2020). Evaluación del potencial turístico comunitario para el desarrollo de productos de turismo rural. *FCEE*. 11, 70- 83.



- Betancourt, G. (2015). Estado del Arte del Patrimonio Cultural Inmaterial en Cuba. *Equipo CRESPIAL*, 38-60.
- BuenViajeaCuba. (2022). ECOTUR propone disfrutar de turismo rural en Cuba. <http://www.buenviajeacuba.com>
- Ceballos Gómez, G. (2014). Procedimiento metodológico de diseño de productos turísticos para facilitar nuevos emprendimientos. *RETOS*, 4(8), 157-171. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=504550659004> DOI: 10.17163.ret.n8.2014.08
- CubaUnique. (2021). Tours Ecoturismo y Agroturismo en Cuba: Fincas agroecológicas únicas. <https://cubaunique.com>
- Cruz Ramírez, M., & Cables Pérez, E. H. (2021). Una generalización del Delphi difuso para estudios prospectivos. *Revista Universidad y Sociedad*, 13(2), 57-66.
- Díaz-Pompa, F., Leyva -Fernández, L. de la C., Ortiz Pérez, O. L., y Sierra Mulet, Y. (2020). El turismo rural sostenible en Holguín. Estudio prospectivo panorama 2030. *El Periplo Sustentable*, 38, 174-193.
- DISSET. (2022). 55 tendencias de Turismo para 2022. Consultores en comunicación. Islas Baleares. Disponible en: www.dissetconsutors.com
- Dirven, M., Candia, D. (2020). Medición de lo rural para el diseño e implementación de políticas de desarrollo rural. CEPAL.
- Félix Mendoza, Á. G. y Ganchozo Lucas, M. P. (2020). Herramientas de planificación participativas para el desarrollo turístico comunitario. Caso de estudio. *Siembra*, vol. 7, núm. 2, pp. 032-046, 2020. Universidad Central del Ecuador. DOI: <https://doi.org/10.29166/siembra.v7i2.2189>
- González-Ávila, M.E. (2011). Una propuesta para desarrollar turismo rural en los municipios de Zacatecas, México: las rutas agroecológicas. *PASOS*, 9(1), 129-145.
- Grande, J. (2020). Turismo rural. Nuevos retos ante la pandemia del coronavirus. El turismo después de la pandemia global. Análisis, perspectivas y vías de



recuperación. Ediciones Universidad de Salamanca. DOI:
<https://doi.org/10.14201/0AQ0296>.

Hernández Flores, Y., Cruz Pérez, Y., Gutiérrez Leyva, J.E., y Vento Rodríguez, C.D. (2021). Turismo rural y su futuro inmediato en el contexto de la COVID-19 en Cuba.

Ibarra, F. (2001). Metodología de la investigación social. Editorial Félix Varela.

Kiefter, M. (2018). Conceptos claves para el estudio del Turismo Rural Comunitario. *El Periplo Sustentable*, 34, 8-43.

López-Tirones, H. (2020). Prólogo. Las diferentes caras del turismo en Iberoamérica.

Ministerio de Turismo del Ecuador (2018). Manual Metodología para Jerarquización de Atractivos y Generación de Espacios Turísticos. www.turismo.gob.ec

Pérez Colmenares, S.V. (2018). Modelo metodológico para evaluar el turismo en un programa territorial rural sostenible. Región Funcional de Timotes, estado de Mérida, Venezuela. Universidad Politécnica de Valencia.

Ramírez Hernández, O. (2019). Propuesta metodológica para la generación de productos turísticos a partir de la comunidad local. *RETOS*, 9(17).
<https://doi.org/10.17163/ret.n17.2019.08> <https://orcid.org/000-0002-0874-5627>

Rodríguez Ferreira, D.I., Sánchez Martín, J.M. (2020). La agricultura como producto turístico en áreas rurales: Un debate abierto en la literatura. *Revista Investigaciones Turísticas*, 20, 97-123. DOI.
<https://doi.org/10.14198/INTURI2020.20.05>

Rodríguez Reyes, R., González Perdigón, S., Piñeiro Coronado, S., Pedroso (2021). La agricultura como producto turístico en áreas rurales: Un debate abierto en la literatura. *Revista Investigaciones Turísticas*, 20, 97-123. DOI.
<https://doi.org/10.14198/INTURI2020.20.05>

Sancho Pérez, A. (2001). Apuntes de Metodología de la Investigación en el Turismo (1ª ed.). Organización Mundial del Turismo. Madrid, España.



- Secretaría de Turismo de México (SECTUR). (2004). Planeación y gestión del desarrollo turístico municipal (un enfoque de cambio). Centro de documentación turística. www.sectur.gob.mx
- Universidad Nacional de Lanús. (2021). Una revisión sistemática de la relación turismo y naturaleza en pandemia por covid- 19 en América Latina. *Revista Perspectivas Metodológicas*, 21.
- Ulacia Oviedo, Z., Gutierrez Leyva, J.E. (2022). La hospitalidad y los procesos. Editorial ULEAM. Manabí. Ecuador.
- Velázquez López, A. (2020). Retos del desarrollo rural en el siglo XXI: Papel de la cultura campesina en Cuba. *Enfoque Rural*, 1, 26-40.
- Vera Díaz, O.G. (2020). La sustentabilidad de la mano del turismo rural comunitario. Las diferentes caras
- World Tourism Organization. (2022). Tourism Definitions. <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284420858>