

Metodología para el diseño de Parques Temáticos de Naturaleza sostenibles en Cuba

Methodology for the design of sustainable Nature Theme Parks in Cuba

MSc. Yeilan Ivette González-Odio

<https://orcid.org/0000-0002-7478-0754>

ivetodio@gmail.com

Universidad Adolfo Ibáñez, Chile

Dr. C Félix Díaz-Pompa

<https://orcid.org/0000-0002-2666-1849>

felixdp1978@gmail.com

Universidad de Holguín, Cuba

Ing. Oscar Sosa-Piedra

<https://orcid.org/0000-0002-1696-4723>

arthoskar@gmail.com

Universidad de Oriente, Cuba

Resumen. La presente investigación propone una metodología con carácter estructural, participativa, flexible y dinámica, para el diseño de parques temáticos sostenibles preferentemente en áreas naturales protegidas adaptado a las condiciones del destino Cuba. Se utilizaron en la investigación métodos teóricos como el sistémico – estructural – funcional, analítico – sintético, lógico – histórico, inducción – deducción y modelación y **métodos empíricos como criterio de expertos** y el análisis de contenido. La metodología cuenta con tres fases y seis etapas que permiten establecer pautas para el correcto diseño de parques temático de naturaleza mediante la coherente integración de diferentes metodologías.

Palabras clave: parque temático, turismo de naturaleza, sostenibilidad.

Abstract. This research proposes a methodology with a structural, participatory, flexible and dynamic character, for the design of sustainable theme parks preferably in protected natural areas adapted to the conditions of the Cuban destinaty. Theoretical methods such as systemic - structural - functional, analytical - synthetic, logical - historical, induction - deduction and modeling and empirical methods such as expert criteria and content analysis were used in the research. The methodology has three phases and six stages that allow establishing guidelines for the correct design of nature theme parks through the coherent integration of different methodologies.

Keywords: theme park, nature tourism, sustainability.

Introducción

La práctica del Turismo de Naturaleza como modalidad del turismo contemporáneo es incipiente, aunque en condiciones naturales sea de ancestral data (Vanegas-Montes, 2006). Su desarrollo en los tiempos modernos, está muy relacionado con el establecimiento de Reservas y Parques Nacionales y puede ser considerado como la oportunidad principal que ofrece el contexto económico actual para este tipo de espacio natural; ya que conlleva beneficios socio – económicos con una mínima inversión a través de un manejo sostenible de los atractivos turísticos naturales y es una herramienta para el desarrollo local (Spenceley et al., 2019; Tisca et al., 2016).

Sin embargo, el Turismo de Naturaleza solo puede ser sostenible si los impactos de los visitantes sobre estos recursos se manejan, dirigen y mitigan cuidadosamente (Spenceley et al., 2019); de ahí la importancia de planificar y diseñar correctamente estos proyectos en Áreas Protegidas desde el inicio y mediante metodologías y enfoques holísticos. En Cuba, **las áreas protegidas desde su surgimiento se han concebido dentro de la planificación del uso turístico del territorio, de acuerdo a las categorías de manejo que poseen**, pero en términos generales han adolecido de un adecuado ordenamiento de sus territorios y de coherentes programas de control y gestión, afortunadamente sin provocar graves daños a sus recursos naturales (Jaula, 2001).

Una forma de lograr un producto turístico de gran tamaño y aceptación en áreas protegidas es a través de los parques temáticos, ya que desempeñan un papel importante en el turismo mundial y constituyen ejemplos extremos de entornos recreativos, altamente desarrollados, orientados al usuario y de uso intensivo de capital (Wu et al., 2018). Además, se espera que el gasto de los clientes en parques temáticos crezca de manera constante, especialmente a medida que los mercados turísticos asiáticos emergen (Wu et al., 2018). Sin embargo, a pesar de su relevancia es notorio el relativo desinterés que despierta los parques temáticos (Clavé, 1999). Un estudio observacional de carácter bibliométrico descriptivo-retrospectivo y ámbito internacional y nacional cuyo marco temporal principal fue el periodo 2013-2018 de las bases de datos de carácter multidisciplinario ScienceDirect y Scielo en junio de 2018 así lo demuestra. Ya que de los 532 documentos identificados

que abordaban temáticas relacionadas con el Turismo de Naturaleza y los Parques Temáticos, solo se encontraron 47 referidas a Parques Temáticos y no existió **vínculo o nexo entre ambas** temáticas, pues no se encontraron artículos que vincularan los parques temáticos con el uso sostenible de los recursos. Este análisis demostró el insuficiente abordaje del tema de los Parques Temáticos en general y en específico los de Naturaleza, su uso, buenas y mejores prácticas e implementación.

En su mayoría los parques temáticos se centran en explotar una determinada temática basada en una realidad creada, con cierta artificialidad y grandes zonas de parques de atracciones, no obstante, existen unos pocos relacionados con la difusión de la cultura, la ciencia y la protección de espacios naturales (Khafash et al., 2015). Este tipo de parque, que obtenga lo positivo desde el punto de vista económico pero que a su vez rompa con las características de hijos pródigos de una sociedad altamente consumista es el que se debe desarrollar, un parque que se ofrezca de manera articulada con los atractivos naturales y culturales localizados en la región. A raíz de lo antes expuesto constituye objetivo de la investigación elaborar una metodología para el diseño de Parques Temáticos de Naturaleza como productos turísticos integrados sostenibles en Cuba; para lo cual se establecieron los principales presupuestos teóricos que caracterizan el diseño de productos de Turismo de Naturaleza y los proyectos de Parques Temáticos sostenibles.

Materiales y métodos

Para el desarrollo de la investigación se utilizaron métodos teóricos como el sistémico – estructural – funcional para el análisis integral del objeto de estudio, su relación y componentes, así como en el procedimiento propuesto; el analítico – sintético con el cual se analizó y caracterizó el objeto de la investigación; la inducción – deducción para el diseño de la investigación y la elaboración del procedimiento propuesto y la modelación con la cual se esquematizó la metodología. Además, en la elaboración y características principales de la propuesta metodológica se utilizaron métodos empíricos cualitativos como el análisis de contenido y el criterio de expertos. La misma, se derivó de un análisis inductivo a través de un enfoque cualitativo comparativo del análisis de los modelos teóricos metodológicos estudiados y las brechas encontradas. Se utilizó la técnica de análisis de contenidos que, según Neuman (2003) citado por Holcomb et al. (2007) “es una técnica para

recopilar y analizar el contenido del texto referido a palabras, significados, imágenes, símbolos, ideas, temas o cualquier mensaje que se pueda comunicar” (p. 264) y la metodología propuesta por Spiggle (1994) para el análisis de contenidos por etapas; en función de identificar las variables más y menos usadas, encontrar brechas en las propuestas y establecer prioridades, buscando resolver las insuficiencias teórico-metodológicas detectadas. Se utilizaron herramientas como el VOSviewer para el análisis de redes bibliométricas, el Harzing’s Publish or Perish 6 y el IBM SPSS Statistics 22 para el procesamiento de los datos; y por último, se validó la propuesta a través del criterio de expertos para llegar a consenso respecto a la posible efectividad de la misma.

Resultados y discusión

El diseño de productos de Turismo de Naturaleza sostenibles

Son numerosos los autores e instituciones que han abordado el tema de los productos turísticos, su diseño y mejora continua, un producto turístico constituye:

“(…) una combinación de elementos materiales e inmateriales, como los recursos naturales, culturales y antrópicos, así como los atractivos turísticos, las instalaciones, los servicios y las actividades en torno a un elemento específico de interés, que representa la esencia del plan de marketing de un destino y genera una experiencia turística integral, con elementos emocionales, para los posibles clientes” (OMT, 2019, p. 19).

Kotler et al. (2011) establecieron ocho etapas del desarrollo de un nuevo producto turístico que van desde su creación hasta su puesta en práctica y que se pueden dividir a su vez en dos partes fundamentales del desarrollo de un nuevo producto: el diseño y la ejecución. Esta investigación analiza solo el diseño por lo que estudia las primeras cinco etapas propuestas por Kotler et al. (2011): generación de la idea, tamizado, desarrollo y prueba del concepto, desarrollo de la estrategia de marketing y análisis del negocio.

Por su parte, la definición cubana de Turismo de Naturaleza que aparece en la Resolución 50/2014 del Ministerio de Turismo (MINTUR) expresa: “modalidad genérica que incluye varias tipologías específicas, que tienen como principal motivación la realización de actividades recreativas y de admiración, interpretación en áreas naturales relativa-

mente poco alteradas, la vinculación con las comunidades y sus culturas locales” (MINTUR, 2014, p. 425). En este concepto el MINTUR utiliza el término Turismo de Naturaleza como el general; por lo divide al Turismo de Naturaleza en tres grandes segmentos: Ecoturismo, Turismo de Aventura y Turismo Rural (MINTUR, 2014), los cuales fueron asumidos por la investigación.

La propuesta de planificación del Turismo de Naturaleza como producto turístico sostenible trabaja como mínimo con seis agentes principales o partes interesadas (gobiernos, empresas privadas, comunidades locales, industria turística, turistas y organizaciones no gubernamentales) (Martínez Quintana, 2017); por lo que se debe tener en cuenta que la presencia de diferentes partes interesadas, con intereses en competencia y, en ocasiones, en conflicto puede obstaculizar significativamente el progreso de los planes y programas (Drumm & Moore, 2005; Getz & Timur, 2004; Wondirad et al., 2020); provocando prevalencia de competencia sobre colaboración (Wondirad et al., 2020) y constituyendo una de sus más destacadas y complejas características.

Los Parques Temáticos como destinos turísticos y el Turismo de Naturaleza

Si bien los enfoques conceptuales pueden variar de acuerdo con las áreas y los temas de discusión, parece que existen algunos atributos unánimes en la definición del parque temático (Lee, 2019). Como resultado de estas investigaciones se obtuvo como un concepto uniforme:

“(…) lugar en donde se reúnen un conjunto de atracciones entorno a una línea argumental específica destinada a ofrecer entretenimiento, educación, ocio y cultura a sus visitantes; se pueden clasificar de acuerdo con los segmentos hacia los que se dirigen sus temáticas: aventura, acuáticos, históricos, científicos y de animación” (Ariza P. et al., 2011, p. 8).

Sin embargo, este concepto no contempla la naturaleza como una temática de los Parques Temáticos; a pesar de constituir una alternativa adecuada para la transmisión de la cultura científica y tecnológica y a la vez contribuir a la educación y el turismo científico (Londoño et al., 2009). No obstante, dentro de los siete tipos de parques temáticos establecidos por Clavé (2007) y Lee (2019): Aventuras, Futurismo, Internacional, Naturaleza, Fantasía, Historia y cultura y Películas; esta temática si se contempla. La Secretaría de Turismo de México (2001) estableció que dentro de los requisitos necesarios para el desarrollo

de grandes parques temáticos se encuentran: inversión que demanda cuantiosos volúmenes de recursos financieros; cercanía a un sistema de ciudades con economía en expansión; buen clima; suficientes recursos y ubicación favorecida.

Estos parques generan productos de tres niveles: nivel 1 o Central (valores fundamentales intangibles); nivel 2 o De apoyo (factores de entretenimiento y servicios estratégicos) y nivel 3 o Aumentados (productos facilitadores y no forman parte de los valores monetarios pagados) Lee (2019); toda intención de diseñar o desarrollar una propuesta de Parque Temático deberá tener presente estas características, requisitos y niveles distintos de productos.

Análisis de propuestas metodológicas para el diseño de productos

Se han propuesto diversas guías, procedimientos y metodologías para el diseño, mejora o desarrollo de productos turístico en general, así como para productos turísticos de naturaleza o en el medio rural. Mediante un estudio observacional con marco temporal 2015-2021 de las bases de datos antes estudiadas de ScienceDirect y Scielo; se pudo corroborar que en ScienceDirect no se visualizan y publican este tipo de investigaciones desde la metodología en general, si no estudios de resultados de aplicación. En cuanto a Scielo, se encontraron siete investigaciones que proponen diferentes enfoques teórico-metodológicos para el diseño de productos turísticos de naturaleza, cuatro de ellas pertenecientes a Cuba, lo que demuestra el creciente interés por la temática en el territorio. Cabe señalar que en su mayoría los autores pertenecen a la provincia de Pinar del Río, pilar en el desarrollo del Turismo de Naturaleza en Cuba con un total de 45 productos aprobados al cierre de 2018 (Álvarez Hidalgo, 2019). Se analizaron de manera profunda los procedimientos propuestos en tres de estos estudios además de 28 propuestas extraídas de Google Académico, repositorios de tesis de maestría y doctorado de universidades cubanas y de páginas oficiales de instituciones turísticas rectoras de diferentes países; para un total de 31 propuestas teórico – metodológicas. El análisis persiguió identificar similitudes, diferencias, variables analizadas y brechas en función del desarrollo de la metodología a proponer.

Dentro de estos modelos se abordaron 13 enfoques metodológicos para el diseño de producto turístico en general; en cuanto a los procedimientos metodológicos para el diseño de productos alternativos en

áreas naturales 11 propuestas; y 7 propuestas metodológicas para pasos específicos que por su complejidad son considerados estudios separados en otras investigaciones como es el caso de potencialidad turística e inventario y clasificación de atractivos; en virtud de lograr una propuesta general capaz de integrarlos. Al realizar un mapeo de correlaciones entre los autores, de un total de 54, solo cuatro se destacan presentando un mínimo de dos documentos publicados: Marvin Blanco, Esther Lidia Machado Chaviano, Ana Báez y la Secretaría de Turismo de México sin presentar relaciones entre ellos (Figura 1).

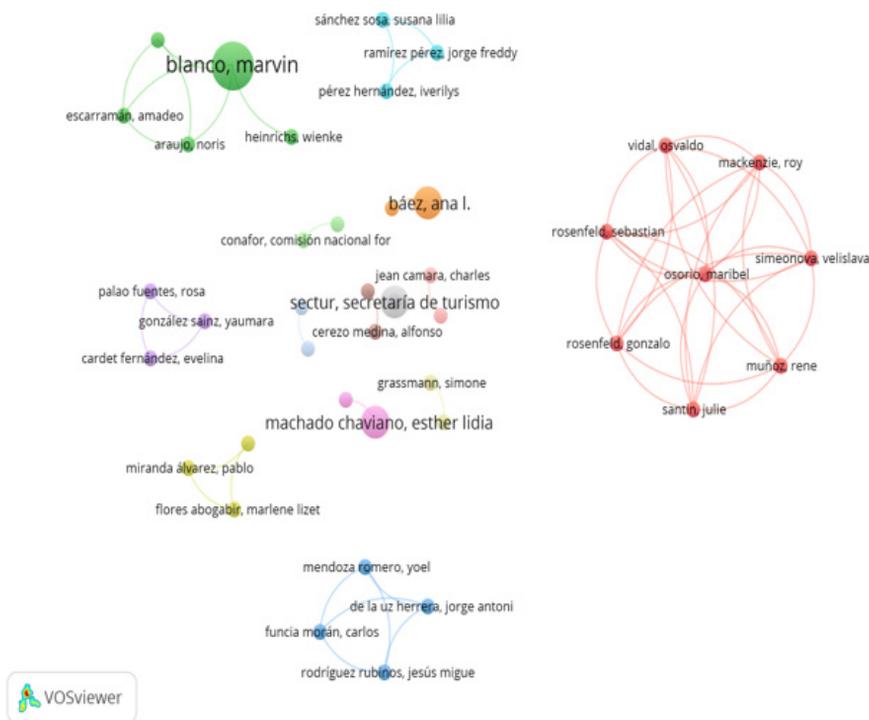


Figura 1: Mapeo de correlaciones entre los autores

Como se mencionó anteriormente, la investigación se basa solo en el análisis de las etapas pertenecientes al diseño, por lo que fueron las analizadas en las metodologías para poder establecer los criterios a contemplar para la propuesta mediante la Matriz de Síntesis de Criterios Comunes. De este análisis se pudo constatar que las variables más recurrentes son: análisis de la demanda (100%), inventario de recursos (91.6%), diseño del producto (83.3%) y estructuración del producto (79%). Las menos contempladas fueron: Diagnóstico Rural

Participativo (12.5%), análisis de las tendencias (16.6%), zonificación turística (20.8%) y creación del equipo multidisciplinario (25%). Resultó relevante que, si bien las variables cooperación y alianzas, marco legal regulatorio y criterios de sostenibilidad y participación social no fueron las que presentaron menores porcentajes de presencia, menos del 50% de las metodologías analizadas las contemplaron. De los modelos los más completos y mayor estructurados por su carácter participativo y sostenible fueron los de Blanco (2008), Font Aranda (2010) y Cardet Fernández et al. (2018) como parte de las metodologías general y PRO-TURS (2003) y Blanco and Heinrichs (2014) como parte de las metodologías en función al turismo en áreas rurales. Sin embargo, en estos modelos es insuficiente el énfasis en el marco regulatorio y espacial, el análisis de las variables del macro entorno y no todos contaron con fases transversales de participación social. Este análisis revela la necesidad de proponer una metodología que permita el diseño de parques temáticos de naturaleza desde un enfoque sostenible, sobre todo desde la participación de todas las partes interesadas.

Metodología para el diseño de Parques Temáticos de Naturaleza sostenibles

Se propone una metodología con carácter **estructural, participativa, flexible y dinámica**, para el diseño de parques temáticos sostenibles preferentemente en áreas naturales protegidas adaptado a las condiciones del destino Cuba, el cual tiene en consideración las interacciones con las partes interesadas. La metodología constituye una integración teórico-metodológica de aspectos fundamentales del diseño de productos turísticos, la teoría existente y analizada sobre Turismo de Naturaleza como modalidad turística y las características propias de las áreas protegidas. Se compone de tres fases, en las cuales se declaran seis etapas y 22 pasos. Una primera fase “Inicial” organizativa y de diagnóstico; la segunda fase de “Planeación” para el establecimiento de políticas y lineamientos y una tercera fase de “Diseño” que aborda la selección de ideas, los atributos y diseño del producto, así como la evaluación de la propuesta (Figura 2).



Fig. 2 Metodología para el diseño de parques temáticos de naturaleza sostenibles

Presenta ocho características principales: Integrada (contempla las principales variables obtenidas como resultado del análisis de contenido), Lógica (los contenidos se integran de manera secuencial y se interrelacionan), Flexible, Participativa, Parsimonia (capacidad de actuar en un complicado proceso de análisis y solución de un modo relativamente sencillo y transparente), Sostenible, Jerarquizada y con mejora. Se describen a continuación solo aquellos pasos que por su complejidad así lo ameritan.

FASE I: INICIAL: Esta fase se compone de dos etapas: la Etapa de Preparación con tres pasos y la Etapa de Diagnóstico con cinco pasos.

Etapa I Preparación

Paso 2. Capacitación y preparación del equipo: El proceso de capacitación utilizará los conocimientos previos que posean los expertos para definir las acciones de capacitación (Cardet Fernández et al., 2018). Además de los temas que surjan del diagnóstico; la capacitación deberá abarcar: tendencias en el diseño y gestión del producto de Turismo de Naturaleza.

Paso 3. Caracterización General del Territorio: El éxito de un producto turístico depende de factores externos e internos (Blanco et al., 2019); de ahí la importancia de la descripción del sitio. Se adopta con el objetivo de caracterizar el territorio, el análisis multidimensional propuesto por Blanco et al. (2019) que abarca cuatro dimensiones: Ambiental (Ubicación Geográfica/ Flora y Fauna/ Superficie y uso del Suelo/ Recursos/ Clima/ Situación Ambiental/ Paisaje), Sociocultural (Historia/ Cultura y Tradición/ Demografía/ Ingresos), Económica (Actividad Económica/ Mano de Obra/ Empresas) y Político-Institucional (Grupos de interés/ Políticas Públicas/ Planificación Territorial); sumándole además la dimensión. Dado que se trata de espacios naturales protegidos, se debe tener en cuenta la propuesta de indicadores de Vacas Guerrero (2001) para las dimensiones sociocultural y ambiental; así como los factores PEST (Político, Económico, Sociocultural y Tecnológico) utilizados por SERNATUR (2015) y Sánchez Borges and Sánchez Llabona (2021) en la comprensión del medio y el análisis estratégico para así cubrir las dimensiones restantes.

Etapa II Potencial Turístico del Sitio: Estudia la situación del sector turístico local como un sistema (Flores Abogabir et al., 2017), estableciendo los recursos turísticos del área objeto de estudio y analizando las condiciones en las que se encuentran los componentes de la oferta y demanda turística, competencia y tendencias del mercado (Zimmer & Grassmann, 1996).

Paso 4. Inventario de Recursos Turísticos: Se establece un inventario de atractivos turísticos en el área protegida en cuestión; dado que según Blanco López et al. (2015), es necesario identificar los lugares de interés turístico, inventariarlos y tipificarlos para posteriormente, seleccionar aquellos que se consideren prioritarios (p. 20). Los recursos se agruparán teniendo en cuenta las categorías establecidas por Blanco et al. (2019) en: Atractivos Naturales y Atractivos Culturales Tangibles e Intangibles. Todo esto con el objetivo de lograr la identificación de los atractivos turísticos que según Álvarez Solís (2000) no es más que la elaboración de un listado de recursos y lugares con posibilidades de explotación turística (p. 6). Estos atractivos se clasificarán en focales (atractivos distintivos que constituyen los rasgos intrínsecos de singularidad) y complementarios (son motivo de interés adicional y constituyen valor agregado) (Báez & Acuña, 2003); teniendo en cuenta para ello los seis criterios propuestos por Álvarez Solís (2000) de: Singulari-

dad, Estado de conservación, Temporalidad, Accesibilidad, Fragilidad y posibilidades de intervención.

Paso 6. Análisis de la Demanda Turística: Según Báez and Acuña (2003) un estudio de mercado para una propuesta de Turismo de Naturaleza debe contener, como mínimo, el análisis de la demanda actual, histórica y futura. Por lo que el estudio se dividirá en dos partes, el análisis del comportamiento de la demanda de Turismo de Naturaleza en el Destino y el establecimiento de las características generales de los perfiles obtenidos. Este análisis es importante ya que su pronóstico a corto plazo permite monitorear sus efectos y respaldar oportunamente la toma de decisiones (La Serna Gómez, 2012; Xiaoying Jiao & Li Chen, 2018). Se recomiendan los modelos de series de tiempo debido a su facilidad de implementación y las técnicas de juicio para proporcionar una descripción de los desarrollos futuros mediante el uso de la experiencia acumulada de expertos (Song et al., 2019).

Paso 7. Análisis de la competencia: se basa en la metodología propuesta por SECTUR (2006) que consiste en evaluar y analizar los territorios y negocios competidores, mediante la utilización del grupo de expertos y la aplicación de la Matriz de Análisis Diferencial Competitivo. El conocimiento de los puntos débiles y fuertes de los territorios de la competencia puede originar las siguientes estrategias: Imitar, Inspirarse o Desmarcarse.

FASE II: PLANEACIÓN: El objetivo principal de esta Fase es establecer pautas para el desarrollo controlado, racional y compatible de la propuesta y cuenta con dos etapas: la Etapa III de Planificación con cuatro pasos y la Etapa IV de Sostenibilidad con tres pasos.

Etapa III Planificación

Paso 10. Diagnóstico de Cooperación y Alianzas: Existe un creciente reconocimiento de que ninguna etapa del ciclo de proyectos de ecoturismo es demasiado temprana o tarde para involucrar a las partes interesadas locales (*stakeholders*) (Garrod, 2003). Estas partes, son claves para lograr el desarrollo sostenible a través del ecoturismo y su éxito depende de la cooperación, comunicación e involucramiento de estos (Diamantis, 2018). La colaboración entre los *stakeholders* puede estar determinada por una amplia variedad de factores; utilizarán como base teórica inicial para la identificación de factores críticos que determinan la colaboración de los *stakeholders* de Áreas Protegidas los aportados por Wondirad et al. (2020): Interdependencia, Transparencia, Objeto

tivo / responsabilidad compartida, Poder, Confianza, Participación, Apoyo organizativo, Objetividad, Compromiso, Beneficios percibidos, Crisis, Reciprocidad, Etapa de desarrollo turístico, Inclusividad y Conciencia (información).

Paso II. Diagnóstico Rural Participativo: El proyecto debe incluir la participación de las comunidades aledañas, tanto en la planificación del programa como en la ejecución y en la repartición de los beneficios (PROTURS, 2003). Este diagnóstico permitirá que la gente local comente y analice sus conocimientos y condiciones de vida, con el fin de planificar y actuar para el mejoramiento de su comunidad y empodera a la población local.

Etapa IV Sostenibilidad

Paso 13. Zonificación Turística: Consiste en dividir el área de manejo en zonas, en las que se permiten ciertas actividades y se limitan otras en base al diagnóstico del potencial turístico realizado en la Etapa II; con esto se alcanza la apropiada combinación de concentración y dispersión de visitantes (PROTURS, 2003). Se tendrá en cuenta la cantidad de atractivos focales de las áreas, la categoría de manejo, zonificación como área protegida, accesibilidad y características físico-geográficas (Flores Abogabir et al., 2017). La propuesta final deberá permitir atender diferentes segmentos de mercado según las submodalidades del Turismo de Naturaleza establecidas sin que existan conflictos de uso o de intereses.

Paso 14. Lineamientos (criterios de sostenibilidad y participación social): Este componente se define dejando claro cuál es el nivel de compromiso con la sostenibilidad y el papel de las comunidades locales en todo el proceso (Báez, 2010). Incluyen todos los aspectos determinantes para la buena administración de un programa o proyecto de Turismo de Naturaleza.

Paso 15. Alianzas Estratégicas: Se debe lograr una alianza con el mayor número de actores directa o indirectamente involucrados (Blanco et al., 2019), recopilando información sobre proyectos existentes y sinergias entre ellos y potenciales socios (Blanco, 2008).

FASE V: DISEÑO: profundiza en la definición conceptual y el diseño detallado del parque temático; cuenta con dos etapas: la V de Diseño con cinco pasos y la VI de Validación con dos.

Etapa V Diseño del Parque Temático de Naturaleza

Paso 17. Definición del concepto del parque temático: debe incluir el punto de vista de la oferta y el de la demanda a la cual se dirige y que constituya la base del posicionamiento (MINTURD, 2009; SECTUR, 2002)Ministerio de Turismo y Deporte</author></authors><secondary-authors><author>Gabriel Buere</author></secondary-authors></contributors><titles><title>MANUAL PRÁCTICO PARA LA CREACIÓN Y ESTRUCTURACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS</title><secondary-title>Programa de Mejora de la Competitividad de los Destinos Turísticos Estratégicos</secondary-title></titles><dates><year>2009</year></dates><pub-location>Uruguay</pub-location><publisher>Ministerio de Turismo y Deporte</publisher><urls></urls></record></Cite></EndNote>. Como parque temático debe contar con una línea argumental específica y teniendo en cuenta los niveles distintivos de un parque temático (Lee, 2019) así como los tres beneficios de los productos turísticos: funcionales, simbólicos y vivenciales (SECTUR, 2002).

Paso 19. Diseño del producto y atributos: Se deberá partir del resultado del inventario de recursos y su desglose en focales y complementarios en función de la zonificación de las áreas protegidas (Blanco et al., 2019; Flores Abogabir et al., 2017). Se diseñará una propuesta integral, que interrelacione las diferentes zonas establecidas previamente con disímiles actividades de naturaleza según los estudios de mercado previo. Por último se deberá establecer una clasificación de la oferta en macroproductos y productos turísticos específicos (Blanco et al., 2019). A la hora de montar la oferta se deberá exponer por territorio el concepto de producto/ público objetivo/ necesidad de infraestructura y necesidad de servicio. Es importante el diseño arquitectónico, es recomendable elaborarlo de modo que tenga la suficiente flexibilidad para que el producto logre adaptarse a las circunstancias y pueda ser modificado en el tiempo (Sánchez Sosa et al., 2020).

Etapa VI Validación

Paso 22. Retroalimentación y mejora: A partir de los resultados de las evaluaciones obtenidas como parte del paso 21, se corrigen aquellos elementos que fueron puntuados como negativos o controversiales, así como a añadir aspectos que hayan surgido del intercambio.

Evaluación de la metodología propuesta

La evaluación se realizó a través del criterio de expertos por su utilidad para verificar la fiabilidad de una investigación (Garrote & del Carmen Rojas, 2015). Se adoptó un muestreo no probabilístico por conveniencia, eligiéndose nueve especialistas del territorio a encuestar: cuatro académicos (profesores de la Universidad de Oriente y del Centro de Capacitación para el Turismo cuyos temas de investigación se relacionan al desarrollo de productos turístico sostenibles) y cinco trabajadores del sector turístico vinculados directamente a actividades relacionadas con la propuesta, de ellos, un doctor, cinco másteres y un especialista. Estos, otorgaron su valoración en cuanto a los criterios de importancia, validez, rigor metodológico, actualidad, consistencia lógica, carácter participativo y aplicabilidad; empleando para ello la escala de Likert de cinco puntos para su ponderación donde uno es inadecuado y cinco muy adecuado. El procesamiento de los datos se realizó mediante el programa computacional IBM SPSS Statistics 22; la fiabilidad del instrumento fue comprobada con el estadístico Alfa de Cronbach (0.698). En consecuencia, se puede afirmar que existe concordancia entre los expertos y que este acuerdo no es casual, por lo que la propuesta es válida de contenido y cumple con los requisitos para su aplicación. La variable de aplicabilidad constituyó la de más baja puntuación por parte de los expertos y recomendaron: incluir en la valoración de la propuesta a la dirección de desarrollo del MINTUR y como parte del paso 19 el diseño arquitectónico, puntos que fueron agregados a la propuesta.

Conclusiones

La metodología propuesta tiene un carácter estructural y dinámico, tiene en consideración las interacciones con las partes interesadas e incorpora variables poco observadas en metodologías y modelos anteriores en función de una mayor planificación y criterios de sostenibilidad y participación social.

Referencias bibliográficas

Álvarez Hidalgo, S. (2019). *Perspectivas y desarrollo del Turismo de Naturaleza en Cuba* III Congreso Internacional de marketing, Desarrollo Local y Turismo (MARDELTUR 2019), Pinar del Río, Cuba.

- Álvarez Solís, C. (2000). Modelo de Desarrollo Turístico de un Área Rural en Declive. *Observatorio Medioambiental*(3), 419-435.
- Ariza P., A., Melo, C., Morales L., P., Rodríguez R., L., Malaver R., N., & Rivera R., H. A. (2011). *Parques temáticos en Colombia: construyendo empresas perdurables que acepten el desafío de subirse a la montaña de la turbulencia global* (U. d. Rosario, Ed.). Universidad Colegio Mayor de Nuestra Señora del Rosario, Facultad de Administración, Centro de Estudios Empresariales para la Perdurabilidad (CEEP).
- Báez, A. L. (2010). *Propuesta de guía para la elaboración del diseño de productos turísticos sostenibles* Diseño de Producto Sabana – Camaguey, Cuba.
- Báez, A. L., & Acuña, A. (2003). *Guía para las mejores prácticas de ecoturismo en áreas protegidas*. Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas.
- Blanco López, P., Vázquez Solís, V., Reyes Agüero, J. A., & Guzmán Chávez, M. G. (2015). Inventario de recursos turísticos como base para la planificación territorial en la zona altiplano de San Luis Potosi, México. *Cuadernos de Turismo*, 35, 17-42.
- Blanco, M. (2008). GUÍA PARA LA ELABORACIÓN DEL PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DE UN TERRITORIO. In I. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (Ed.). Costa Rica: Programa de Desarrollo Agroindustrial Rural (PRODAR) e Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura, IICA.
- Blanco, M., González, M., Araujo, N., & Escarramán, A. (2019). *Diseño y operación de productos agroturísticos*. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA).
- Blanco, M., & Heinrichs, W. (2014). Guía para la elaboración de planes de desarrollo turístico en territorios rurales. In I. I. d. C. p. l. A. (IICA) (Ed.). San José, Costa Rica: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA).
- Cardet Fernández, E., Palao Fuentes, R., & González Sainz, Y. (2018). Procedimiento para el diseño de productos turísticos basados en el patrimonio de un municipio. *Retos de la Dirección*, 12(1), 1-16.
- Clavé, S. A. (1999). El desarrollo de parques temáticos en un contexto de Globalización. *Boletín de la A.G.E*, 28, 85-102.
- Clavé, S. A. (2007). *The Global Theme Park Industry*.
- Diamantis, D. (2018). Stakeholder ecotourism management: exchanges, coordination's and adaptations. *Journal of Ecotourism*, 17(3), 203-205. <https://doi.org/10.1080/14724049.2018.1502122>

- Drumm, A., & Moore, A. (2005). *Ecotourism Development – A Manual for Conservation Planners and Managers* (Second Edition ed., Vol. Volume I: An Introduction to Ecotourism Planning). The Nature Conservancy.
- Flores Abogabir, M. L., Miranda Álvarez, P., & Alvarado Sánchez, M. (2017). Experiencia metodológica para el diseño de productos turísticos alternativos. Casos de comunidades del golfo y de la península de Nicoya. In L. Jiménez, L. L. Díaz, G. Blanco, M. Navarro, & E. Montoya (Eds.), *SISTEMATIZACIÓN DE EXPERIENCIAS: UNA MIRADA AL TRABAJO INTERUNIVERSITARIO DESDE LA EXTENSIÓN Y LA ACCIÓN SOCIAL*. Editorial del Norte.
- Font Aranda, M. (2010). *Metodología para el diseño de productos turísticos como alternativa de desarrollo local. Municipio Martí Camilo Cienfuegos*. Matanzas.
- Garrod, B. (2003). Local Participation in the Planning and Management of Ecotourism: A Revised Model Approach. *Journal of Ecotourism*, 2(1), 33-53. <https://doi.org/10.1080/14724040308668132>
- Garrote, P. R., & del Carmen Rojas, M. (2015). La validación por juicio de expertos: dos investigaciones cualitativas en Lingüística aplicada. *Revista Nebrija de lingüística aplicada a la enseñanza de lenguas*(18), 124-139.
- Getz, D., & Timur, S. (2004). Stakeholder involvement in sustainable tourism: balancing the voices. In W. F. Theobald (Ed.), *Global Tourism* (Third edition ed., pp. 230-245). Elsevier Inc.
- Holcomb, J. L., Upchurch, R. S., & Okumus, F. (2007). Corporate social responsibility: what are top hotel companies reporting? *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 19(6), 461-475. <https://doi.org/https://doi.org/10.1108/09596110710775129>
- Jaula, J. A. (2001). *Bases teórico-metodológicas para la ordenación territorial de reservas de biosfera en función de un turismo sostenible. Estudio de caso: Península de Guanahacabibes, República de Cuba* Universidad de Pinar del Río]. Cuba.
- Khafash, L., Córdoba, J., & Fraga, J. (2015). Parques Temáticos y Disneyización. Experiencias Xcaret en la Riviera Maya. *Pasos. Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 14, 45-85.
- Kotler, P., Madariaga-Miranda, J. G. d., Zamora, J. F., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2011). *Marketing Turístico*. PEARSON EDUCACIÓN, S.A.
- La Serna Gómez, A. (2012). El pronóstico de la demanda turística incluyendo variables mercadológicas. *Turismo y Desarrollo*, 5(12).

- Lee, S. (2019). Systematic Approach to Theme Park. *Association for Computing Machinery*, 190-197. <https://doi.org/10.1145/3312662.3312664>
- Londoño, G., Solbes, J., & Guisasola, J. (2009). Aprovechamiento conceptual y actitudinal de las visitas a un parque temático. *Didáctica de las Ciencias Experimentales y Sociales*, 23, 71-92.
- Martínez Quintana, V. (2017). El turismo de naturaleza: un producto turístico sostenible. . *Arbor*, 193(785). <https://doi.org/10.3989/arbor.2017.785n3002>
- Principios y procedimientos para la aprobación de los productos turísticos de naturaleza, de aventuras y rural en el territorio nacional., (2014).
- MINTURD, M. d. T. y. D. (2009). MANUAL PRÁCTICO PARA LA CREACIÓN Y ESTRUCTURACIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS. In G. Buere (Ed.), *Programa de Mejora de la Competitividad de los Destinos Turísticos Estratégicos*. Uruguay: Ministerio de Turismo y Deporte.
- OMT, O. M. d. T. (2019). Definiciones de turismo de la OMT.
- PROTURS, P. d. T. S. y. E. (2003). Guía para la elaboración de Programas de Desarrollo de Ecoturismo en el Sistema Guatemalteco de Áreas Protegidas. In CONAP (Ed.). Guatemala: CONAP.
- Sánchez Borges, Y., & Sánchez Llabona, M. C. (2021). Procedimiento para el diseño del producto turístico “GreenRoad”; para la agencia de viajes Ecostur S.A. *Cooperativismo y Desarrollo*, 9(1), 61-92. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2310-340X2021000100061&lang=es
- Sánchez Sosa, S. L., Ramírez Pérez, J. F., & Pérez Hernández, I. (2020). Procedimiento para el diseño de productos agroturísticos. *Cooperativismo y Desarrollo*, 8(2), 166-182. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2310-340X2020000200166&lang=es
- Secretaría de Turismo de México, S. (2001). *Tematización y Parques Temáticos*. México: Centro de Documentación Turística
- SECTUR, S. d. T. d. M. (2002). Cómo desarrollar productos turísticos competitivos. Manual para emprendedores, pequeños empresarios y responsables de la administración turística. In S. d. T. d. M. SECTUR (Ed.). México.
- SECTUR, S. d. T. d. M. (2006). *Guía para la Identificación de Potencialidades Turísticas en Regiones y Municipios*. Secretaría de Turismo de México.
- SERNATUR. (2015). *Manual Paso a paso para el Diseño de Productos Turísticos integrados*. Chile: Servicio Nacional de Turismo (SERNATUR)

- Song, H., T.R. Qiu, R., & Park, J. (2019). A review of research on tourism demand forecasting. *Annals of Tourism Research*, *75*, 338-362. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2018.12.001>
- Spenceley, A., Jon Kohl, S. M., Myles, P., Notarianni, M., Paleczny, D., Pickering, C., & Worboys, G. L. (2019). Manejo de Visitantes. In G. L. Worboys, M. Lockwood, A. Kothari, S. Feary, & IanPulsford (Eds.), *Gobernanza y gestión de áreas protegidas* (pp. 765-802). Editorial Universidad El Bosque y ANU Press.
- Spiggle, S. (1994). Analysis and Interpretation of Qualitative Data in Consumer Research. *Journal of Consumer Research*, *21*(3), 491-503.
- Tisca, I. A., Istrat, N., Dumitrescu, C. D., & Cornu, G. (2016). Management of Sustainable Development in Ecotourism. Case Study Romania. *Procedia Economics and Finance*, *39*, 427-432. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(16\)30344-6](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(16)30344-6)
- Vacas Guerrero, T. (2001). Los Espacios Naturales Protegidos como recurso turístico. Metodología para el estudio del Parque Nacional de Sierra Nevada. *Estudios Turísticos*, *147*, 57-84.
- Vanegas-Montes, G. M. (2006). *Ecoturismo instrumento de desarrollo sostenible* Universidad de Antioquia]. Colombia.
- Wondirad, A., Tolkach, D., & King, B. (2020). Stakeholder collaboration as a major factor for sustainable ecotourism development in developing countries. *Tourism Management*, *78*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tourman.2019.104024>
- Wu, H.-C., Li, M.-Y., & Li, T. (2018). A Study of Experiential Quality, Experiential Value, Experiential Satisfaction, Theme Park Image, and Revisit Intention. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, *42*, 26-73. <https://doi.org/10.1177/1096348014563396>
- Xiaoying Jiao, E., & Li Chen, J. (2018). Tourism forecasting: A review of methodological developments over the last decade. *Tourism Economics*, *1*(24). <https://doi.org/10.1177/1354816618812588>
- Zimmer, P., & Grassmann, S. (1996). Guía para Evaluar el Potencial Turístico de un Territorio. In O. E. LEADER (Ed.). España: OBSERVATOIRE EUROPÉEN LEADER.

Conflictos de intereses

No existen conflictos de intereses entre los autores o con otros sobre el artículo.

Declaración de la contribución de autoría

MSc. Yeilan Ivette González Odio: análisis de contenido de la bibliografía existente para el análisis del estado del arte, colaboración con los

otros autores en todo el transcurso de la investigación, desglose y explicación de la metodología, redacción del borrador. Dr. C Félix Díaz Pompa: análisis de las metodologías previas y revisión y asesoramiento durante toda la investigación. Ing. Oscar Sosa Piedra: aplicación de las técnicas estadísticas y manipulación de los softwares utilizados, así como análisis de sus resultados. Los 3 autores revisaron la redacción del manuscrito y aprueban la versión finalmente remitida.