

Procedimiento para el diseño de productos agroturísticos

Procedure for the design of agrotouristic products

Procedimento para o design de produtos agroturísticos

Susana Lilia Sánchez Sosa¹, Jorge Freddy Ramírez Pérez², Iverilys Pérez Hernández³

¹ Oficina para el Desarrollo Integral de Guanahacabibes. Pinar del Río. Cuba. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-3680-2606>. Correo electrónico: contabilidad@odig.cu

² Universidad de Pinar del Río "Hermanos Saíz Montes de Oca". Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Centro de Estudios de Dirección, Desarrollo Local, Turismo y Cooperativismo. Pinar del Río. Cuba. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7891-2016>. Correo electrónico: freddy@upr.edu.cu

³ Universidad de Pinar del Río "Hermanos Saíz Montes de Oca". Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Centro de Estudios de Dirección, Desarrollo Local, Turismo y Cooperativismo. Pinar del Río. Cuba. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2124-0962>. Correo electrónico: iverilys@upr.edu.cu

Recibido: 9 de marzo 2020.

Aprobado: 20 de abril 2020.

RESUMEN

La necesidad de diversificar las actividades y ofertas turísticas ha conducido a la aparición de nuevas modalidades turísticas, entre las que el agroturismo emerge como una de las más singulares, por facilitar que los turistas tengan experiencias interactivas y cognitivas acerca de las tradiciones de vida en el mundo rural. La presente investigación tiene como objetivo general elaborar un procedimiento para el diseño de un producto agroturístico en la provincia de Pinar del Río, específicamente en la península de Guanahacabibes, centrado en su zona rural, que permitirá el aprovechamiento de los recursos naturales, históricos-culturales y agrícolas existentes en el área. Todo esto estará apoyado en los objetivos de desarrollo turístico del país y en la demanda creciente de esta modalidad turística. Se presenta un procedimiento con una secuencia lógica donde se establecen las bases para el desarrollo del agroturismo, lo cual facilitará el desarrollo de la investigación con la participación de actores fundamentales de la región; en primera instancia, se determinaron los métodos, así como las fuentes primarias y secundarias a emplear como proceso inicial y preparatorio, que posibilitaron la obtención de resultados de la investigación. Se elaboró la caracterización del área de estudio y se obtuvo un diagnóstico de las particularidades actuales del turismo en el área, así como la identificación de atractivos turísticos a partir de entrevistas y un taller. Se llegaron a resultados donde se estableció que sí era necesaria la elaboración de un producto agroturístico en el área.

Palabras clave: agroturismo; atractivos turísticos; desarrollo agroturístico



ABSTRACT

The need to diversify tourist activities and offers has led to the appearance of new tourist modalities, among which agrotourism emerges as one of the most singular, as it facilitates tourists to have interactive and cognitive experiences about life traditions in the rural world. The general objective of this research is to create a procedure for the design of an agrotourism product in the province of Pinar del Río, specifically in the peninsula of Guanahacabibes, focused on its rural area, which will allow the use of the natural, historical-cultural and agricultural resources existing in the area. All of this will be supported by the country's tourism development objectives and the growing demand for this type of tourism. A procedure with a logical sequence is presented where the bases for the development of agrotourism are established, which will facilitate the development of the research with the participation of fundamental actors of the region; in the first instance, the methods were determined, as well as the primary and secondary sources to be used as an initial and preparatory process, which made it possible to obtain the results of the research. A characterization of the study area was prepared and a diagnosis of the current particularities of tourism in the area was obtained, as well as the identification of tourist attractions based on interviews and a workshop. Results were obtained where it was established that the creation of an agrotourism product in the area was indeed necessary.

Keywords: agrotourism; tourist attractions; agrotouristic development

RESUMO

A necessidade de diversificar as atividades e ofertas turísticas tem levado ao surgimento de novas modalidades turísticas, entre as quais o agroturismo surge como uma das mais singulares, pois facilita ao turista ter experiências interativas e cognitivas sobre as tradições de vida no mundo rural. O objetivo geral desta pesquisa é elaborar um procedimento para o desenho de um produto agroturístico na província de Pinar del Río, especificamente na península de Guanahacabibes, com foco em sua área rural, o que permitirá o uso dos recursos naturais, histórico-culturais e agrícolas existentes na área. Tudo isso será sustentado pelos objetivos de desenvolvimento turístico do país e pela crescente demanda por esse tipo de turismo. É apresentado um procedimento com sequência lógica onde são estabelecidas as bases para o desenvolvimento do agroturismo, o que facilitará o desenvolvimento da pesquisa com a participação de atores fundamentais da região; em primeira instância, foram determinados os métodos, bem como as fontes primárias e secundárias a serem utilizadas como processo inicial e preparatório, o que possibilitou a obtenção dos resultados da pesquisa. Foi elaborada uma caracterização da área de estudo e obtido um diagnóstico das particularidades atuais do turismo na área, bem como a identificação dos atrativos turísticos com base em entrevistas e um treino de trabalho. Foram obtidos resultados onde ficou estabelecido que a elaboração de um produto agro-turístico na área era de fato necessária.

Palavras-chave: agroturismo; atrações turísticas; desenvolvimento do agroturismo

INTRODUCCIÓN

El turismo está considerado como una forma de acceder a la cultura y modos de vida en los diferentes destinos. En este sentido, no es menos cierto que todo tipo de turismo tiene un componente cultural y que las personas se abstendrían de viajar si no existiera algo diferente que ver. La necesidad de conocer, compartir y vivir una experiencia genera flujos turísticos atendiendo a distribuciones geográficas desiguales e irregulares, que condicionan la localización turística en base a la oferta, la riqueza arquitectónica, museística, costumbres, y modos de vida.

Una de las modalidades turísticas que justifica esta diversificación y participación es el agroturismo, actividad que permite al cliente no solo intercambiar con los integrantes de comunidades rurales, sino participar en procesos agrícolas y consumir, incluso, parte de las cosechas plantadas. Esta forma de hacer turismo permite al agroturista construirse su propia experiencia a partir de las potencialidades existentes y la vinculación con modos de producción agrícola. Tiene, además, la posibilidad de presentar muy baja estacionalidad, pues las estaciones y la rotación de cultivos permiten mantenerla activa durante casi todo el año.

El principal producto turístico de la península de Guanahacabibes, provincia de Pinar del Río, es su naturaleza, lo que, unido al aislamiento y singularidad, combina una serie de valores que le confieren un carácter especial. Sus playas, su vegetación y fauna bien conservadas, el elevado número de cuevas, muchas reportadas como sitios arqueológicos de magnitud considerable, los valores culturales impregnados en el territorio, la idiosincrasia de sus pobladores, así como un medio poco impactado por el hombre, le confieren a este sitio amplias potencialidades para la práctica del turismo de naturaleza como modalidad a explotar.

Teniendo en cuenta las potencialidades para la práctica de otras modalidades turísticas que tiene la península de Guanahacabibes, esta investigación se propone evaluar los recursos turísticos vinculados a las actividades humanas tradicionales existentes en esta comarca, que pueden ser considerados como atractivos, en particular, relacionados con la submodalidad del agroturismo, y organizarse en productos turísticos y finalmente en ofertas, de cara a un mercado que crece en proporciones significativas.

Según expresan Ramírez y Pérez (2014), el agroturismo es una submodalidad turística específica del turismo rural, que se lleva a cabo en instalaciones agropecuarias, granjas, cooperativas o fincas, donde la motivación del visitante se centra en las prácticas agrícolas y pecuarias, con el conocimiento y disfrute de las tradiciones culturales vinculadas al agro. A ello, se agregan servicios de alimentación y hospedaje, todo lo cual aporta una renta adicional al campesino.

Los atractivos constituyen el principal componente del producto agroturístico porque determina la elección del destino que hace el turista. Las facilidades incluyen la oferta de hospedaje, comidas y bebidas, actividades de entretenimiento, agencias de viaje, alquiler de vehículos o centros de información turística. La accesibilidad comprende las rutas de acceso y los medios de transporte del territorio. Esta concepción del producto expresada por Blanco y Riveros (2011) es desde una perspectiva general de un destino,

pero también hay productos específicos, como el que oferta una unidad económica de agroturismo.

El desarrollo turístico en Guanahacabibes, con ello el agroturismo, deberá fundamentarse sobre criterios de sostenibilidad, es decir, ha de ser soportable ecológicamente a largo plazo, viable económicamente, equitativo desde una perspectiva ética y social para las comunidades locales. Una buena gestión del turismo exige garantizar la sostenibilidad de los recursos de los que depende, entre ellos el medioambiente, lo que pone de manifiesto la necesidad de una práctica del agroturismo responsable.

En la península de Guanahacabibes, existen 25 fincas que se dedican a la agricultura, silvicultura, cultivos varios y frutales, ubicadas algunas de ellas en la zona de reserva de la biósfera, donde solo se explota como destino turístico la visita a los senderos ubicados alrededor de algunas de las zonas, pero como producto agroturístico no se encuentra concebido en la península de Guanahacabibes.

En resumen, la presente investigación tiene como objetivo general elaborar un procedimiento para el diseño de productos agroturísticos en la provincia de Pinar del Río, específicamente en la península de Guanahacabibes, que permitirá el aprovechamiento de los recursos naturales, históricos-culturales y agrícolas, existentes en el área, que contribuirán a la diversificación de la oferta turística en este destino y una forma de aportar una renta adicional a la economía local. Todo esto en consonancia con los objetivos de desarrollo turístico del país y en la demanda creciente de esta modalidad turística.

MATERIALES Y MÉTODOS

Se utilizaron métodos como el histórico que se utilizó con el objetivo de determinar la evolución y crecimiento del turismo en la península de Guanahacabibes, así como las consecuencias que determinaron su evolución. Los métodos lógicos que se analizaron fueron los dialécticos y los sistémicos. El dialéctico permitió determinar la insuficiencia de capacidades de alojamiento e infraestructura necesaria para la demanda del turismo de todo tipo, por lo que la propuesta de agroturismo es una solución viable y sin alto riesgo de impactos ambientales, lo que le permite al turista un contacto y una armonía más directa con la cultura campesina, la historia y la naturaleza. Con esto se logra establecer una categoría filosófica entre la insuficiente capacidad habitacional y la afluencia del turismo en el área, fundamentalmente en temporada alta. Dentro de los métodos lógicos, se utilizó el sistémico, que permitió establecer las bases para la propuesta metodológica de establecimientos turísticos; de igual manera el de análisis y síntesis para la separación del funcionamiento del objeto en sus componentes. Por su parte, de los métodos empíricos se empleó el de la observación, sobre todo vinculado al levantamiento en el terreno de los atractivos agroturísticos y los que le complementan.

Para el proceso de la caracterización de la zona de estudio, se determinaron las fuentes de información, tanto secundarias con primarias. Con respecto a las primeras, se hizo una revisión bibliográfica, incluyendo tesis relacionadas con el área de estudio, censos

de población y vivienda desde 1970 hasta 2017, planes de ordenamiento, datos de la Dirección Municipal de Estadística de Sandino y de la Dirección Provincial de Planificación Física; todo con el objetivo de establecer la necesidad y justificación de la presencia de agroturismo en el área.

Asimismo, las fuentes primarias de información se fundamentaron en la aplicación de entrevistas a personas radicadas en 25 fincas, que representan el 100 % de los finqueros existentes en la región, con el objeto de determinar los atractivos turísticos presentes en el área. Además, se entrevistaron al director del Centro Internacional de Buceo "María la Gorda", al director y al especialista de medioambiente que atiende la actividad de turismo de la Oficina Integral de Guanahacabibes, al director del Parque Nacional Guanahacabibes y a directivos de la Empresa Agroforestal Guanahacabibes.

Se desarrolló un taller, a partir de trabajo en grupo, donde participaron todos los decisores del desarrollo del turismo en Guanahacabibes, director del Parque Nacional homónimo, jefe de la Oficina para el Desarrollo Integral de Guanahacabibes, director del Centro Internacional de Buceo "María la Gorda", finqueros, los jefes forestales del área, identificando las limitaciones y potencialidades que presenta la región con respecto a la actividad turística.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Orígenes y evolución del agroturismo

Desde los años 70 del pasado siglo, se viene produciendo en el mundo un despertar de una actividad turística que cada año crece en proporción aritmética, debido a su aceptación por parte de los turistas; se trata del agroturismo, actividad que, como se mencionó anteriormente, permite al cliente no solo intercambiar con los integrantes de comunidades rurales, sino participar en procesos agrícolas y consumir, incluso, parte de las cosechas plantadas. Con ello se revaloriza la actividad agrícola y la cultura tradicional, vinculada al mundo rural, que antes era solo vista como un sitio para producir y mal vivir, en particular en países subdesarrollados (Castillo Vizúete & Quevedo Báez, 2016).

Esta nueva modalidad turística ha tenido varios países como banderas. En Europa, ha sido Italia la que la ha desarrollado con fuerza, donde los agricultores italianos comenzaron por ofrecer, en sus fincas, servicios de alimentación, para luego organizar servicios más completos que incluían la experiencia del campo, de alojamiento y la alimentación. En 1985 establecieron una ley para el agroturismo. Es organizado por Agriturist, Terra Nostra y Turismo Verde.

Por su parte, en América, fue Estados Unidos de Norteamérica quien inició las actividades de agroturismo, debido a la necesidad de adecuar instalaciones para hospedar a cazadores y pescadores en las regiones que carecían de infraestructura hotelera, además de estar conscientes que aquello significaba un ingreso económico adicional. Con el tiempo, invirtieron en el perfeccionamiento de la oferta, acrecentaron los servicios necesarios para mejorar el confort y la seguridad. En 1990, se creó el Consejo nacional

para el desarrollo rural, con el objetivo de frenar la depresión económica de las zonas rurales.

En los umbrales del siglo XXI, el agroturismo se había consolidado en todos los continentes de una manera mayor o menor, en correspondencia con el grado de desarrollo de los países promotores y de las iniciativas surgidas como parte del despertar del turismo alternativo.

El agroturismo a nivel mundial tiene un comportamiento que se distingue por los siguientes aspectos: en el caso de los países desarrollados, se practica en grandes haciendas; realizan vínculos institucionales entre los gestores de la agricultura orgánica, uso sostenible de la tierra; la protección de la naturaleza; el desarrollo rural y la preservación de los paisajes y el patrimonio cultural; es un estilo de vida (caso Suecia); se hacen estancias en viviendas y programas de entrenamiento a mujeres; se hace énfasis en granjas apícolas, recogida de fresas, granjas lecheras y pesqueras (caso Quebec, Canadá).

En países menos desarrollados, la práctica del agroturismo se centra en villas pesqueras, granjas frutales y lagos de agua dulce (caso Malasia); en la agricultura cafetalera (caso Colombia); en granjas florales (caso Bali); en función de la salud (caso Tailandia); en la maricultura y la extracción de sal (caso Sudáfrica). En general, el agroturismo ha alcanzado niveles significativos en América, en países como: Argentina, Chile, Ecuador, Uruguay y Colombia.

En Cuba, el agroturismo es una actividad joven, aunque en realidad pudo haber sido uno de los países pioneros como se verá más adelante. Posee excepcionales condiciones para su práctica, al cumplir con todas las condiciones que deben existir y mantener formas productivas y modos de vida tradicionales vinculados al agro; la propia circunstancia de ser un país subdesarrollado ha condicionado que se conserven esos valores, lo que constituye una contradicción que beneficia al agroturismo.

La superficie agrícola conforma el 42 % de la tierra existente en el archipiélago cubano. Las provincias que mayor área agraria poseen son: Cienfuegos, Las Tunas, Camagüey, Sancti Spíritus y Granma (ONEI, 2017). En particular, en la provincia de Pinar del Río, el área agrícola representa el 30 % del total de su superficie, aunque la actividad agraria está distribuida tanto en las zonas llanas como montañosas.

En la actualidad, la estructura agraria en Cuba está dividida en sector estatal y no estatal. El primero comprende las empresas agropecuarias, silvícolas y otras entidades estatales. Por su parte, el segundo lo componen las unidades básicas de producción cooperativa (UBPC), las cooperativas de producción agropecuaria (CPA), las cooperativas de créditos y servicios (CCS) y los campesinos privados dispersos. De estas formas organizativas, las más numerosas son las UBPC, seguida por las CCS, las CPA y por último, las empresas y granjas (ONEI, 2017).

Con respecto a la tenencia de la tierra, el mayor número de tenentes son los usufructuarios, seguidos por los que poseen la propiedad de la tierra, los campesinos dispersos y los arrendatarios.

Los primeros atisbos de desarrollar actividades agroturísticas en Cuba se remontan al año 1959, cuando el naciente estado revolucionario propuso cambios sustanciales en la práctica del turismo. En ese año, el líder de la Revolución Cubana, Fidel Castro Ruz, de visita en Viñales, provincia de Pinar del Río, planteó la idea pionera de realizar una Reforma Agroturística, concebida como parte de la Reforma Agraria que se llevaba a cabo en el país; de manera tal que, en aquellos sitios con valores turísticos, se realizarían las adecuaciones necesarias para desarrollar el turismo vinculado al agro. En sus inicios, se pensó en los Valles de Viñales y Ancón, lugares en los cuales se consideraba que se debía:

- Construir, junto a cada casa campesina una cabaña, propiedad de cada campesino, para alquilarla a los turistas con paseos a caballo incluido
- Mejorar la economía campesina, adicionando una renta por concepto de turismo
- Instruir a los campesinos en los menesteres de educación turística
- A las muchachas del campo, enseñarlas a bordar y tejer suvenir con motivos criollos

La implementación de esta idea no llegó a materializarse debido a la situación en que entró el país a partir de la confrontación directa con los Estados Unidos y el consecuente bloqueo económico. Pero, sin dudas, constituyó un proyecto pionero en el mundo pues no fue hasta dos décadas después en que surgió la práctica del agroturismo en el planeta.

A partir de 1980, a lo largo de la Isla de Cuba, se comienzan a percibir algunas iniciativas turísticas, asociadas a actividades agrícolas, pero que por su carácter sectorial no llegaron a consolidarse; ejemplo de ello fue la denominada Finca San Vicente, en el municipio de Viñales, Pinar del Río. De igual manera, la Empresa de Flora y Fauna, adscrita al Ministerio de la Agricultura, creó en muchas de sus unidades productivas y de conservación servicios turísticos atractivos que tenía vinculados a actividades agrícolas y pecuarias.

En 1995, con la creación del Ministerio del Turismo en Cuba, se le da un nuevo impulso al turismo alternativo en sus más variadas formas, entre las cuales estaba contemplado el turismo vinculado al mundo rural. Pero, nuevamente siguió una política sectorial, que mostraba sitios para la práctica del agroturismo, administrado por entidades de la estructura empresarial de dicho ministerio, que le restaban autenticidad y atractibilidad a la cara del mercado. Un ejemplo dentro de este esquema lo constituye la casa del campesino en el Complejo Las Terrazas, provincia de Artemisa.

En el 2010, nace en la provincia de Pinar del Río el proyecto turístico Ruta del Tabaco, con una propuesta cien por ciento dirigida a la práctica del agroturismo, vinculada a la cultura del tabaco. En el 2015, abre sus puertas al mercado turístico con una oferta que, si bien no abarca toda el área concebida dentro de la Ruta, permite la visita y apreciación de las más diversas actividades relacionadas con las labores que se le hacen a la hoja del tabaco.

Entre lo más exitoso del proyecto, está la puesta en marcha de los dos núcleos agroturísticos en las vegas "Quemado del Rubí" y "Hoyo de Mena", ubicadas en el municipio San Juan y Martínez, Pinar del Río, con un esquema que parte de la concepción

de microempresas familiares facilitadoras de servicios agroturísticos, que comprenden la apreciación y práctica de actividades productivas tabacaleras complementadas con alojamiento y restauración (Mateo Burbano et al., 2020). Todo lo cual agrega una renta económica que permite cambios sustanciales en la producción y calidad de vida de la familia campesina, así como de la población que existe en sus entornos.

Paralelo a esta propuesta, a partir del 2014, se comenzó a motivar a otros campesinos a lo largo del país, a través del proyecto Programa de Innovación Agropecuario Local (PIAL), que en principio reunió a un grupo de mujeres productoras de varias provincias. La capacitación facilitada promovió el surgimiento de varios productos agroturísticos que han tenido éxito, entre ellos "La Picadora" en el municipio de Yaguajay, Sancti Spíritus; "La Campiña" en el municipio Viñales y "Charrabascal", en el municipio de La Palma, ambos en la provincia de Pinar del Río.

A pesar de estos esfuerzos, no pasan de ser iniciativas aisladas que no están contempladas dentro de una estrategia que permita un desarrollo bajo los preceptos conceptuales y metodológicos del agroturismo y que respondan a intereses locales. En estos momentos, están creadas las condiciones en el país, en lo estructural y en la voluntad política del gobierno, para dar un impulso a la creación de productos agroturísticos a lo largo de todo el país, solo basta una estrategia unificadora de cómo, dónde y para qué se debe desarrollar el agroturismo. La nueva Constitución Cubana, el programa de desarrollo económico-social hasta el 2030, la autonomía municipal y la descentralización del sistema empresarial, son oportunidades para su implementación.

En la provincia de Pinar del Río, pionera en la elaboración de la Estrategia de Desarrollo Municipal en todos sus municipios, se ha identificado el programa de Turismo Local Sostenible en cada uno de ellos, que estimula las propuestas desde las potencialidades e identidad local de productos agroturísticos, entre otras modalidades (Ramos et al., 2018).

Aspectos generales del agroturismo, actualidad y contexto

El cúmulo de experiencias en el mundo, en la práctica del agroturismo, permite tener precisiones en el comportamiento de quienes consumen este tipo de producto particular, relacionado con sus motivaciones.

El agroturista es un individuo con cierto romanticismo desilusionado con los efectos de la vida urbana, aunque no renuncia a ella. En sus *estatus* de conciencia y de sentimientos de nostalgia, tiene preocupaciones por la conservación de la naturaleza y los valores culturales como elementos de identidad (González et al., 2019).

Como resultado de la gestión agroturística, los beneficios directos para las poblaciones locales son significativas (Riveros & Blanco, 2003), en cumplimiento de la premisa de que sea una actividad dinamizadora del desarrollo local que evite la emigración del campo hacia la ciudad. Entre los beneficios directos, están: contratación de mano de obra local, arrendamiento de habitaciones, servicios gastronómicos, alquiler de transporte y la compra de suvenires que expresen la identidad local.

Por su parte, el oferente de los servicios agroturísticos también difiere del resto de los servidores turísticos en otras modalidades. En su inmensa mayoría, son realizados por familias propietarias de fincas o cooperativas y/o agroproductivas, lo que conduce a que las rentas generadas se retengan en los sitios donde se produce la acción turística, y en la misma medida contribuya a la conservación de las tradiciones rurales. Entre los actores locales más beneficiados, están las mujeres campesinas, quienes pueden tener una alta participación en la prestación de diversos servicios.

Quienes prestan servicios agroturísticos deben capacitarse en el conocimiento de la actividad turística, deben considerar que la asistencia que le dan al turista que los visita es un complemento de la labor productiva tradicional y no la única razón de ser de su economía.

Para que la actividad agroturística se desarrolle en un municipio, los gobiernos locales deben estimularla como parte de sus estrategias de desarrollo, en tanto estimula las condiciones favorables para los encadenamientos productivos, la inversión, la revalorización de los recursos agroturísticos y su puesta en valor como atractivos.

El desarrollo del agroturismo en un territorio conduce a que se establezcan alianzas y redes de colaboración, en la que participan diferentes oferentes, tanto del sector estatal como no estatal. De esta manera, se pueden involucrar: hoteles, restaurantes, transportistas, agencias de viajes, agroindustrias, manifestaciones de la cultura local, entre muchos otros (Moral Moral et al., 2019; Párraga, 2016; Riveros & Blanco, 2003).

Por otra parte, la oferta agroturística se compone de varios elementos, que parte de los principios del diseño de cualquier producto turístico. En esencia, es la sumatoria de los atractivos agroturísticos, más los complementarios vinculados al entorno natural y cultural, más los servicios asociados (hospedaje, alimentación, alquiler de medios, guiatúra, entre otros), más la infraestructura mínima.

Para el desarrollo de las actividades agroturísticas, deben cumplirse determinadas condiciones, entre las cuales las más importantes son:

- Existencia de un paisaje cultural atractivo y que refleje la actividad del hombre a lo largo de su presencia en ese espacio. Si a ello se le agregan superficies cubiertas de vegetación natural y de relieves contrastantes es mucho mejor
- Existencia de atractivos culturales (tradiciones e historia) que motiven la visita al lugar
- Accesibilidad vial entre los centros nodales que faciliten la conexión del turista con el destino agroturístico
- Infraestructura complementaria (transporte, cobertura telefónica, restaurante y alojamiento)
- Estabilidad política y seguridad ciudadana
- Aceptación y receptividad de la población local

El modelo agroturístico es innovador en tanto no es una actividad turística convencional, pero que aporta nuevas posibilidades a la población rural y genera cambios en los sistemas productivos existentes. En la misma medida, es participativo, pues los habitantes rurales son actores de su propio desarrollo y no solo espectadores de las

actividades turísticas. Para el mayor éxito de la aplicación de dicho modelo, la gestión del agroturismo debe realizarse de manera asociativa entre los prestatarios de este servicio, pues de forma aislada es más difícil competir en el mercado.

Agrega otros valores a la población local e, incluso, al turista, relacionado con la formación de nuevos conocimientos y prácticas en temas como: conservación ambiental, gestión, organización, contabilidad, normativas, cambios en la calidad de vida. A los clientes, el contacto con culturas diferentes, modos de vida, formas productivas, entre otras.

En el caso del campesino que ofrece servicios de agroturismo, en opinión de Blanco (2007) y como ya se ha enunciado de manera general, debe ver al mismo como un estilo y no como un medio de vida, pues la idea no es hacerse rico, sino disfrutar y compartir con otros los recursos y atractivos de su entorno y generar nuevas oportunidades para sus descendientes.

Concepción del procedimiento para el diseño de productos agroturísticos

Para el desarrollo de productos agroturísticos, es necesario crear las herramientas metodológicas adecuadas al contexto cubano. Para ello, las fincas o agroindustrias que seleccionen sus miembros deben tener en cuenta que no solo basta con ofrecer, como atractivos, los componentes de la cultura agropecuaria que allí se desarrollan, sino que es necesario complementar con atractivos complementarios y servicios asociados que posibiliten una mayor estancia del turista. Para ello, ha de diseñarse un plan de negocio como parte del diseño del producto.

El procedimiento para el diseño de productos agroturísticos, vinculado a las políticas del desarrollo local, constituye una novedad en el contexto cubano, en tanto esta submodalidad del turismo rural no se ha desarrollado en Cuba bajo preceptos metodológicos. Esta proposición es un intento de sistematizar los diseños de productos turísticos en Cuba, aplicándolos de manera experimental en la región de Guanahacabibes, provincia de Pinar del Río. Para ello, se propuso un procedimiento paso a paso, en cuya conformación participaron diversos actores vinculados al producto turístico. A continuación, se presenta el esquema del procedimiento (Fig. 1).

El procedimiento, en su concepción, en el contexto cubano, responde a la Estrategia de Desarrollo Municipal, en la cual se han identificado las principales problemáticas locales y las potencialidades y vías para solucionarlas (Alejandre Castellanos et al., 2019). Dentro de los programas de la misma, está concebido en cada municipio un programa de Turismo Local de pequeña escala, con bases sostenibles, donde se identifican las modalidades turísticas a practicar en dependencia de la vocación del territorio.



Fig. 1 - Procedimiento para el diseño de productos agroturísticos

Fuente: Elaboración propia a partir de SERNATUR (2015)

Para poder comprender en qué consiste cada paso del procedimiento para el diseño del producto agroturístico, se describen a continuación:

Paso 1: Concepción de la idea de proyecto agroturístico

Sobre la idea

En este paso, se generan las ideas de donde partirá el resto del procedimiento, es decir, ¿qué se quiere vender? y ¿a quién se le venderá? La idea original comienza por ser imprecisa, en la medida del tiempo irá mejorando hasta quedar definida.

Con el propósito de hacer que la idea progrese, es necesario deliberar sobre el contexto en el cual se desplegará. Para ello es forzoso tener en cuenta:

- Atributos y servicios que proporcionará el producto
- Valor agregado de la idea
- Comparación con la competencia
- Identificación de alianzas estratégicas con otros actores complementarios
- Análisis preliminar del mercado

En este paso, es recomendable confeccionar un mapa mental de la idea, donde se señalan los elementos indicados anteriormente. Para la elaboración del mencionado mapa, se debe emplear la creatividad, sobre todo expresándolo de manera muy gráfica. Es importante que no haya límites para representar las ideas por muy irracionales que

se consideren. La lluvia de ideas es la mejor herramienta para obtener un buen mapeo en el cual deben participar la mayor cantidad de actores involucrados.

Sobre el cliente

De igual manera, en este paso, el estudio del mercado de manera preliminar, que gusta del agroturismo, es imprescindible, pues debe existir total correspondencia entre el producto y las demandas de quien lo consumirá, o sea, oferta y demanda son aliados muy estrechos, ambos caminan unidos de la mano. Es necesario definir a qué segmento de mercado se dirige la propuesta de producto. Por todo ello, es cardinal conocer los gustos, preferencias y expectativas de los viajeros para que, una vez llegado al destino, esta sea cumplida y, si es posible, sobrecumplirla, lo cual debe ser un propósito de los oferentes (Fig. 2).

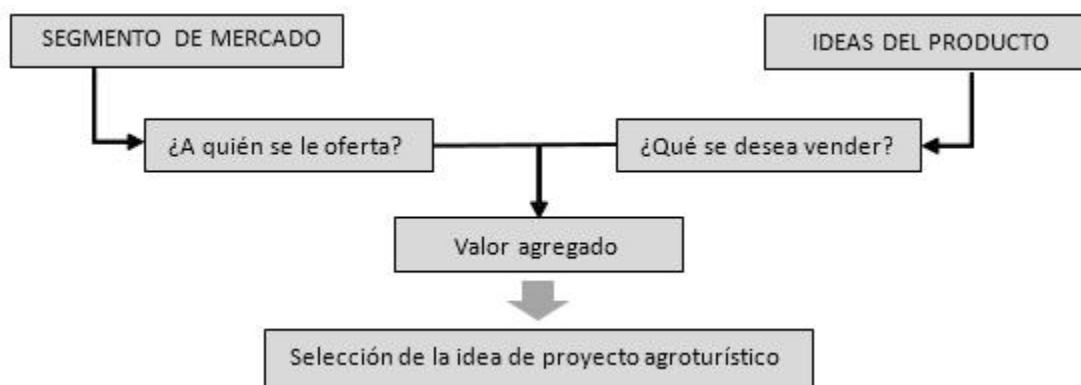


Fig. 2 - Esquema para seleccionar la idea de proyecto agroturístico

Fuente: Elaboración propia a partir de SERNATUR (2015)

Paso 2: Diseño conceptual del producto agroturístico

En todo diseño de producto turístico, el concepto es un aspecto clave, sin el cual queda sin rumbo lo que se desea obtener y luego comercializar. Es la base del posicionamiento del producto que permite singularizarlo y hacerlo competitivo. Es decir, es enfocar una idea central que permitirá dar forma a todo el diseño. El concepto se alimentará de elementos claves a partir de los cuales se llega a su conformación. Entre los principales se pueden enunciar:

- a) Meditación y espiritualidad
- b) Emociones y experiencias
- c) Intercambios socioculturales
- d) Apreciación de la cultura local, costumbres y tradiciones
- e) Contacto con comunidades rurales y convivencia
- f) Relajación en un ambiente sano y familiar
- g) Atención personalizada
- h) Entretenimiento

De manera que, con estos elementos expuestos hasta aquí, se está en condiciones de elaborar el concepto del producto agroturístico, sintetizado en la figura 3.

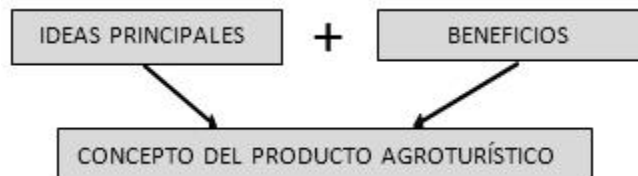


Fig. 3 - Esquema de formulación del concepto de producto agroturístico
Fuente: Elaboración propia a partir de SERNATUR (2015)

Paso 3: Inventario de recursos agroturísticos básicos y complementarios

Este paso es trascendental en la conformación del producto agroturístico; una vez que se han vencido los anteriores es necesario adentrarse en el espacio objeto de diseño para identificar y valorar los recursos agroturísticos que constituyen la principal materia prima para su elaboración.

Antes de entrar en lo que a inventario de recursos se refiere, es necesario recordar los componentes del producto turístico para poder trabajar de manera sistémica. Los autores consideran que el producto turístico está conformado por: Atractivos básicos, Atractivos complementarios, Servicios directos de la planta turística, Infraestructura y Superestructura (Fig. 4).

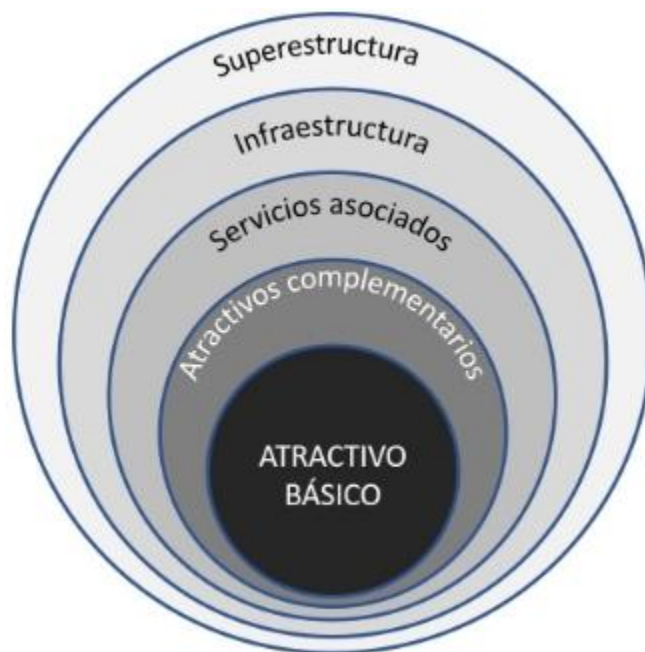


Fig. 4 - Esquema del producto turístico
Fuente: Elaboración propia

Paso 4: Diseño del negocio agroturístico

El diseño del negocio agroturístico es una herramienta que le permite al emprendedor visualizar y diseñar su estrategia de gestión del negocio. Dicho diseño permite apreciar el negocio de manera integral. El mismo es recomendable elaborarlo de modo que abarque los aspectos fundamentales del producto agroturístico y tenga la suficiente flexibilidad para que el producto logre adaptarse a las circunstancias y pueda ser modificado en el tiempo. Para llevar a cabo un negocio, es necesario que se tengan claros ciertos conceptos y que el emprendedor, como principal interesado, los interiorice. Como herramienta para la conformación del negocio, se ha empleado el modelo CANVAS simplificado, por ser el que mejores posibilidades brinda. En principio, es de fácil uso para pequeños emprendimientos como son los de agroturismo; esta herramienta ha sido utilizada cuando se quieren introducir elementos de la innovación en un proceso o en un producto turístico.

Apartado de los clientes

En un negocio agroturístico enfocado a la demanda, el cliente es el punto de partida, retomando la información del Paso 2, es decir, determinando quiénes son los clientes y qué quieren, para ellos se debe generar valor.

Apartado de la oferta

Aquí se describe el conjunto de ofertas que ofrecen valores al cliente y por lo cual se deciden a viajar a un destino esencialmente agroturístico. Los insumos del Paso 3 son reutilizados a partir de considerar los valores que se entregan al cliente, el problema que ayuda a resolver, las necesidades que satisfacen y los productos y servicios que se ofrecen a cada segmento de mercado.

La propuesta de valor estará basada en los atributos del producto agroturístico. Aquí es necesario tener en cuenta que no se puede competir por precios, sino a partir de la singularidad del producto.

Apartado de la economía y las finanzas

El flujo de ingresos está vinculado a la forma en que se obtendrán. Este flujo puede depender de diferentes estándares, precios y ofertas para los segmentos de mercado que se han identificado para el producto agroturístico en cuestión. Aquí se parte de cuál es el valor que el cliente está dispuesto a pagar por lo que se le ofrece y cómo realizarán el pago. También, se considerarán los costos más importantes a partir de identificar cuáles son los recursos y actividades más caras.

Apartado de la infraestructura

Para poder desarrollar el negocio agroturístico es necesario contar con la infraestructura necesaria que esté en correspondencia con la satisfacción del cliente y la funcionalidad de las actividades que se han diseñado.

Paso 5: Implementación

La implementación del producto agroturístico es, como todo negocio que comienza, complejo y requiere una visión y gestión integral. En este paso, se proponen tres aspectos:

- a) **Habilitación de los recursos clave:** Se hace a partir de un plan que permita conocer en el tiempo cuáles serán las inversiones requeridas para la operacionalización del producto agroturístico. Dicho plan debe contener plazos y costos claros, los que podrán notificarse a lo largo del tiempo
- b) **Estructura organizacional:** En correspondencia con el tipo de producto turístico y la escala de cómo se diseñó, se establecerá una estructura que responda a los objetivos del negocio
- c) **Comercialización del producto agroturístico:** Es necesario establecer una estrategia de comercialización y ponerla en práctica, empleando para ellos los canales identificados

Paso 6: Monitoreo y evaluación

Con la implementación del negocio, no concluye el proceso en el cual entró el producto agroturístico; a partir de ahí comienza la vida del mismo y a lo largo de esa etapa, el emprendedor debe tener la mente abierta para dar seguimiento e introducir los cambios necesarios. Este paso tiene la peculiaridad de que comienza desde el momento en que se está diseñando el producto agroturístico. La herramienta que se ha seleccionado para ser empleada en este momento es la Lean Startup, una manera de abordar el lanzamiento y gestión de negocios. A lo largo del mismo es importante considerar, tanto a los clientes internos como a los externos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alejandro Castellanos, L. R., Devezé Murillo, P., Mora Brito, Á. H., & Villagómez Cortés, J. A. (2019). Potencial del agroturismo como actividad emergente en el municipio de Cuitláhuac, Veracruz, México. *Estudios Sociales. Revista de Alimentación Contemporánea y Desarrollo Regional*, 30(55).
<https://doi.org/10.24836/es.v30i55.841>
- Blanco, M. (2007). Agroturismo en Costa Rica. Retos y Oportunidades. *Escuela Centroamericana de Ganadería (ECAG)*, 40.
- Blanco, M., & Riveros, H. (2011). El agroturismo como diversificación de la actividad agropecuaria y agroindustrial. *Estudios agrarios*, 17(49), 117-125.
<https://biblat.unam.mx/es/revista/estudios-agrarios/articulo/el-agroturismo-como-diversificacion-de-la-actividad-agropecuaria-y-agroindustrial>

- Castillo Vizúete, D. D., & Quevedo Báez, L. A. (2016). El desarrollo humano sostenible en los proyectos de turismo rural comunitario. *Turydes: Turismo y Desarrollo*, 9(20). <http://www.eumed.net/rev/turydes/20/nariz-diablo.html>
- González, M., Blanco, M., Araujo, N., & Escamarrán, A. (2019). *Diseño y operación de productos agroturísticos*. IICA: Santo Domingo.
- Mateo Burbano, I. E., Vite Cevallos, H., & Carvajal Romero, H. (2020). Agroturismo como alternativa para el desarrollo socioeconómico de la Parroquia Río Bonito. *Revista Metropolitana de Ciencias Aplicadas*, 3(1), 138-144. <http://remca.umet.edu.ec/index.php/REMCA/article/view/241>
- Moral Moral, M., Fernández Alles, M. T., & Sánchez Franco, M. J. (2019). Análisis del turismo rural y de la sostenibilidad de los alojamientos rurales. *Revista ESPACIOS*, 40(1). <http://www.revistaespacios.com/a19v40n01/19400103.html>
- ONEI. (2017). *Panorama uso de la tierra. Cuba 2017*. Oficina Nacional de Estadística e Información. http://www.onei.gob.cu/sites/default/files/panorama_uso_de_la_tierra_2017.pdf
- Párraga, G. (2016). Análisis situacional del agroturismo en el Cantón Salitre provincia del Guayas-Ecuador. *Revista Turydes: Turismo y Desarrollo*, 9(20). <http://www.eumed.net/rev/turydes/20/agroturismo.html>
- Ramírez, J., & Pérez, I. (2014). *Manual de taxonomía turística* [Boletín trimestral Vueltabajo informa]. Escuela de Hotelería y Turismo «Brisas de Occidente». Pinar del Río.
- Ramos, E., Carrasco Ruano, T., Velasteguí López, E., & Cevallos Punguil, T. C. (2018). El Agroturismo como desarrollo de turismo rural. *Ciencia Digital*, 1(3), 89-105. <https://doi.org/10.33262/cienciadigital.v1i3.69>
- Riveros, H., & Blanco, M. (2003). *El agroturismo, una alternativa para revalorizar la agroindustria rural como mecanismo de desarrollo local*. Programa de Desarrollo de la Agroindustria Rural para América Latina y el Caribe (PRODAR).
- SERNATUR. (2015). *Manual paso a paso para el diseño de productos turísticos integrados*. Subdirección de Productos y Destinos Sustentables. Chile. <https://asesoresenturismoperu.files.wordpress.com/2016/08/244-manual-productos-turc3adsticos-chile.pdf>

Conflicto de intereses:

Los autores declaran no tener conflictos de intereses.

Contribución de los autores:

Los autores han participado en la redacción del trabajo y análisis de los documentos.



Esta obra está bajo una licencia Creative Commons Reconocimiento-NoComercial 4.0 Internacional

Copyright (c) Susana Lilia Sánchez Sosa, Jorge Freddy Ramírez Pérez, Iverilys Pérez Hernández