

## DISEÑO DE UNA EXCURSIÓN TURÍSTICA A UN PARQUE MONUMENTO NACIONAL

Frank Luis Varona Leyva<sup>1</sup>

<https://orcid.org/0000-0002-5892-5191>

Universidad de Holguín

[frankvarona97@gmail.com](mailto:frankvarona97@gmail.com)

Dr.C. Leudis Orlando Vega de la Cruz<sup>2</sup>

<https://orcid.org/0000-0001-7758-2561>

Universidad de Holguín

[leovega@uho.edu.cu](mailto:leovega@uho.edu.cu)

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Frank Luis Varona Leyva y Leudis Orlando Vega de la Cruz: "Diseño de una excursión turística a un parque monumento nacional.", Revista Observatorio de las Ciencias Sociales en Iberoamérica, ISSN: 2660-5554 (Vol 2, Número 9, abril 2021, pp. 279-294). En línea:

<https://www.eumed.net/es/revistas/observatorio-de-las-ciencias-sociales-en-iberoamerica/ocsi-abril21/parque-monumento-nacional>

### Resumen

Los productos turísticos resultan esenciales en el desarrollo del turismo; en algunos de estos se integran armónicamente varias modalidades turísticas que juntas incrementan el atractivo de dichos productos. Las investigaciones realizadas ponen de manifiesto la poca creación de nuevos y atípicos productos en las Agencias de Viajes receptoras cubanas. Por tal motivo, la presente investigación tiene como objetivo diseñar una excursión turística a un Parque Monumento Nacional que incluya las modalidades de turismo cultural y náutico para diversificar la oferta del destino y atraer a un mayor flujo de turistas. Para ello, se aplicó la metodología de Ramírez Hernández (2019) basada en la generación de productos turísticos a partir de la comunidad local, la cual está constituida por ocho etapas. La misma permitió definir el objetivo, los atractivos y actividades, los servicios e infraestructura necesarios para el proceso de prestación, así como las acciones de comunicación promocional indispensables en su comercialización. De esta forma, se obtuvo el diseño un producto turístico único e inexistente en el destino, integrado por dos modalidades turísticas diferentes para el mercado canadiense e inglés, mercados posicionados en el destino y que prefieren de ambas modalidades turísticas. Con la implementación de esta excursión también se contribuye a fomentar el desarrollo local como parte del efecto multiplicador del turismo.

**Palabras claves:** excursión turística, turismo cultural, turismo náutico, productos turísticos, comunidad local.

### ***DESIGN OF A TOURIST EXCURSION TO A NATIONAL MONUMENT PARK***

#### **Abstract**

Tourism products are essential in the development of tourism; In some of these, various tourist modalities are harmoniously integrated, which together increase the attractiveness of these products. The investigations carried out reveal the little creation of new and atypical products in the Cuban receptive Travel Agencies. For this reason, the present research aims to design a tourist excursion to a National Monument Park that includes the modalities of cultural and nautical tourism to diversify the destination's offer and attract a greater flow of tourists. For this, the methodology of Ramírez Hernández (2019) was applied based on the generation of tourism products from the local community, which is made up of eight stages. It made it possible to define the objective, the attractions and activities, the services and infrastructure necessary for the provision process, as well as the promotional communication actions essential in its commercialization. In this way, the design of a unique and non-existent tourism product in the destination was obtained, made up of two different tourism modalities for the Canadian and English markets, markets positioned in the destination and that prefer both tourism modalities. With the implementation of this excursion, you also contribute to promoting local development as part of the multiplier effect of tourism.

**Keywords:** tourist excursion, cultural tourism, nautical tourism, tourist products, local community

#### **INTRODUCCIÓN**

El turismo se ha posicionado como una de las actividades económicas más importantes a escala mundial; por ello, ha tomado relevancia la creación de productos turísticos que diversifiquen la oferta de atractivos en los destinos y, por ende, satisfagan las necesidades de los turistas (Ramírez Hernández, 2019).

Múltiples son las actividades que realizan los turistas, ya que múltiples son las modalidades turísticas que se practican en los más disímiles escenarios naturales y culturales. Si bien el turismo relacionado con los recursos naturales sigue ocupando un lugar de preferencia, en las últimas décadas, las diferentes variantes que se cobijan bajo la sombrilla del turismo cultural, han ido ganando un significativo espacio entre los millones de turistas que se desplazan a lo largo y ancho del mundo en busca de satisfacciones espirituales, relacionadas con el rico y variado acervo cultural de las diferentes naciones (Sutty Segovia, 2018). Por otra existen otras modalidades como el turismo náutico que permiten aprovechar sus recursos de forma independiente como productos turísticos, así como utilizarlos para enriquecer un producto turístico de cualquier otra modalidad.

El turismo náutico, a pesar de su juventud, ha ido ganando protagonismo a lo largo de los últimos años en el conjunto del sector turístico, ofreciendo una posibilidad más de diversificación que puede contribuir a atomizar una oferta excesivamente centrada en el segmento de "sol y playa". El desarrollo de este tipo de productos específicos responde al incremento del grado de heterogeneidad

producido en la propia demanda, que refleja unas preferencias y necesidades específicas que conviene satisfacer de un modo eficiente y adecuado (González Santamaría, 2015).

Luego, un producto turístico que complementa estas dos modalidades de un modo apropiado, puede resultar muy atractivo para una gran diversidad de clientes, siendo comercializado por las adecuadas agencias de viajes y con los medios de transporte ideales, pues ante el convulso escenario turístico es necesario incorporar productos diferenciadores capaces de satisfacer las necesidades cambiantes del mercado. De hecho, en un destino turístico la oferta puesta a disposición de la demanda constituye un "todo" integrado por los diferentes productos existentes, la imagen promocional del mismo y todo el conjunto de servicios que inciden o no en el desarrollo del destino (Salinas, 2013).

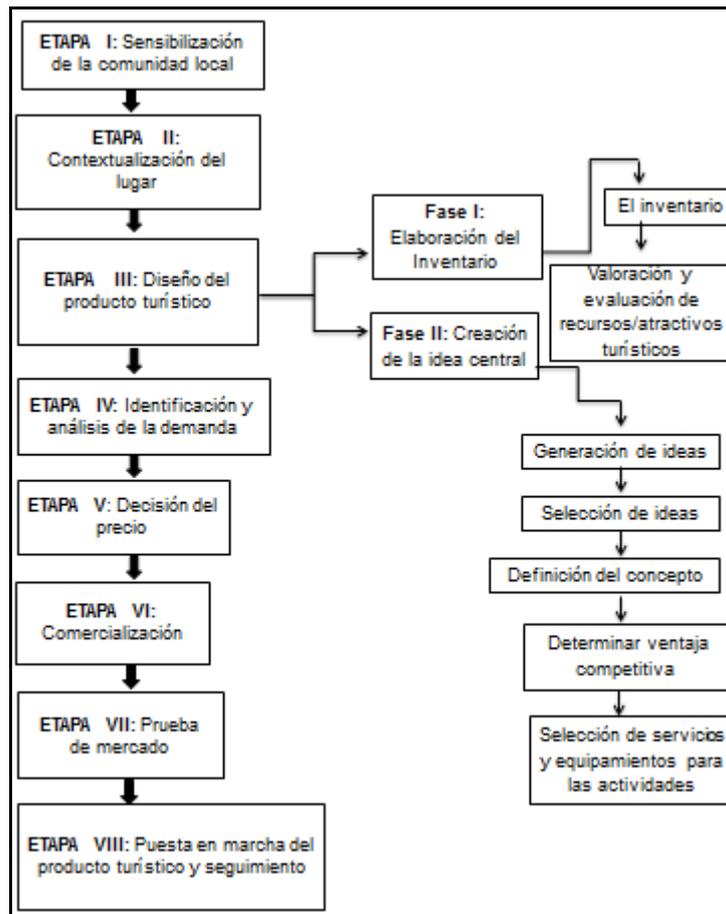
Holguín es una de las provincias de Cuba con mayor crecimiento y desarrollo de los planes turísticos nacionales que cuenta con municipios como Rafael Freyre con múltiples y valiosos atractivos que se encuentran hoy día en explotación, tanto de tipo natural como histórico-cultural. Por ende, teniendo en cuenta uno de los principales atractivos de este municipio se define como objetivo principal de la presente investigación: diseñar una excursión turística a un Parque Monumento Nacional que incluya las modalidades de turismo cultural y náutico para diversificar la oferta del destino y atraer a un mayor flujo de turistas. Se empleó la metodología para la generación de productos turísticos a partir de la comunidad local de Ramírez Hernández (2019), con vistas a garantizar que los beneficios obtenidos de su implementación sean revertidos en el desarrollo de la localidad.

## **MATERIALES Y MÉTODOS**

En la presente investigación se utilizó la metodología para la generación de productos turísticos a partir de la comunidad local de Ramírez Hernández (2019), pues actualmente existe la creciente responsabilidad de crear productos capaces de favorecer a los diferentes actores del turismo, especialmente a los propios pobladores; y por supuesto, superar las exigencias y expectativas de los clientes a los cuales va dirigido. La misma consta de ocho etapas y dos fases encaminadas a lograr tales propósitos.

### **Figura 1:**

*Metodología para la generación del producto a partir de la comunidad local de Ramírez Hernández (2019).*



Fuente: Ramírez Hernández (2019).

### **Etapas 1: Sensibilización de la comunidad local**

En esta etapa se llevan a cabo sesiones de sensibilización con la comunidad local, las cuales pretenden evaluar la aceptación sobre la creación del producto turístico, dando a conocer los beneficios y costos que el turismo puede traer. En caso de ser aceptada la propuesta, se procederá a identificar un equipo de trabajo. Este grupo deberá contener integrantes de cada uno de los actores encontrados en los destinos turísticos (sociales, culturales, económicos, públicos y privados). De acuerdo a Saravia & Muro (2016), dichos actores dependerán de las características del destino.

### **Etapas 2: Contextualización del lugar**

Se realiza la caracterización del lugar donde se encontrará el nuevo producto turístico.

### **Etapas 3: Diseño del producto turístico**

El proceso de diseño del producto abarca dos fases: elaboración del inventario turístico y la creación de la idea central, descritas a continuación.

#### **Fases de planificación**

##### Fase 1: Elaboración del inventario turístico y evaluación

Esta fase está subdividida en dos: la primera comprende la elaboración del inventario turístico, mientras que la segunda hace alusión a la evaluación de los distintos recursos que se encuentran en el sitio, para el posterior aprovechamiento de estos.

##### El inventario turístico

Con la realización del inventario turístico es posible conocer los atractivos existentes en un territorio y elegir aquellos que se consideren más relevantes, en los cuales se deben concentrar los proyectos (Bote, 1990). Entonces, para identificar los atractivos turísticos se sugiere utilizar el criterio de Hernández (2001), quien los clasifica fundamentalmente en dos categorías:

- Atractivos naturales: son elementos creados por la naturaleza.
- Atractivos culturales: son los recursos y manifestaciones humanas relacionados con la cultura (arquitectura, tradiciones, costumbres, eventos, y otros).

#### Valoración y evaluación de los recursos/atractivos turísticos

Para el producto turístico es necesario calificar los atractivos, ello debe hacerse a partir de sus características, y deberá responder a cuatro elementos básicos:

- Calidad: es el valor subjetivo inherente a sí mismo, centrado en la originalidad de los atractivos, y su capacidad de generar interés en la visita.
- Accesibilidad: condiciones físicas para llegar a los atractivos o lugares de interés.
- Seguridad: son aquellas características operativas que hacen funcional al atractivo.
- Utilización para la actividad turística: es la viabilidad del atractivo para albergar la llegada de turistas y la posibilidad de realizar actividades vinculadas al turismo.

#### Fase 2: Creación de la idea central

En esta fase se tratará de abordar la idea de lo que se quiere en el producto. Se divide en siete pasos básicos:

- Generación de ideas: se aportan ideas sobre las actividades turísticas que pueden ser desarrolladas en la excursión.
- Selección de ideas: elegir ideas que cumplan con los criterios de viabilidad (social, ambiental, cultural y económica).
- Definición del concepto: se conceptualiza y define de qué trata el producto turístico propuesto, su esencia y las principales actividades a desarrollar.
- Determinar ventaja competitiva: son los rasgos del producto que lo distinguen de otros similares, de su competencia.
- Selección de los servicios y equipamiento para las actividades: Se identificarán qué elementos, servicios son necesarios para llevar a cabo el proceso de prestación, así como el capital humano, los recursos materiales, informativos y otros.

#### **Etapas 4: Identificación y análisis de la demanda**

Es preciso identificar y analizar la posible demanda que pueda consumir el producto turístico, pues para emprender un proyecto resulta imprescindible verificar si existe una oportunidad de mercado. A partir de ello, se debe realizar un análisis de la información referente a las tendencias actuales de los principales mercados emisores, teniendo en cuenta su comportamiento, motivaciones, entre otros (Gómez, 2014).

#### **Etapas 5: Decisión de precio**

El precio se fijará mediante el rango de ganancia que se quiera obtener, considerando el costo de producción y la cantidad que podrían pagar los consumidores.

#### **Etapas 6: Comercialización**

Se establecen las acciones de comunicación promocional y son elegidos los canales de distribución del producto con base al resultado obtenido en la etapa cuatro.

#### **Etapa 7: Prueba de mercado**

El objetivo es someter a prueba el producto ante un grupo de turistas pertenecientes al segmento de mercado seleccionado, lo cual consiste en ajustar los itinerarios, pudiendo reconsiderar los procesos de las actividades (Gómez, 2014, p. 165).

#### **Etapa 8: Puesta en marcha del producto turístico y seguimiento**

Esta etapa es la final de la elaboración y gestión del producto turístico, la cual tendrá una propuesta sólida de actividades, servicios y beneficios a partir de una experiencia turística completa (Machado & Hernández, 2007). Al mismo tiempo se dará seguimiento paulatino a todas las acciones llevadas a cabo, pues es posible implementar una mejora continua a partir de la revisión de los procesos.

### **RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

Se aplicó la metodología expuesta con excepción de las últimas dos etapas, pues el producto concebido es una propuesta que, para ser sometida ante el mercado y puesta en marcha, es necesario presentarla a la dirección del Ministerio de Turismo provincial y representantes del Grupo Gaviota S.A, y recibir su aprobación para comenzar a llevarla a cabo como una opcional más dentro del destino que ciertamente atraerá a un mayor flujo de clientes.

#### **Etapa 1: Sensibilización de la comunidad local**

En el área objeto de estudio existen localidades cercanas eminentemente rurales, entre las que sobresale la comunidad de Bariay ubicada a solo 12 km tierra adentro, al sur de la bahía. Sus actividades económicas fundamentales son: la agricultura, especialmente los cultivos menores como ajo, cebolla y tabaco; y las más cercanas al mar se dedican además a la pesca. Muchos de los pobladores trabajan en el Parque Bariay, realizando distintas labores como guías, artistas, jardineros, cocineros, dependientes y otras, al ser esta una institución turística que presta servicios a nacionales y extranjeros (Corella & Domínguez, 2007).

En el escenario turístico actual la comunidad adquiere un valor trascendental. Por ende, resulta imprescindible sensibilizar a los pobladores locales y promover la participación institucional de los sectores público, privado, educativo, y las organizaciones vinculadas con la actividad. Para realizar la motivación de todas las personas involucradas en el programa, se explicará primeramente los beneficios que este traerá para la economía del municipio mediante talleres de sensibilización pues es necesario que desde un inicio todos estén conscientes del rol que juegan respecto al producto turístico y los beneficios y exigencias que del mismo se desprenden.

Se expondrán además las potencialidades que tiene para integrar diversas modalidades turísticas como lo son el turismo de naturaleza, histórico-cultural y náutico. Se motivarán a las autoridades superiores para que estos se pongan en sintonía con lo que se quiere lograr y autoricen las actividades planificadas dentro de la excursión. De esta forma, es posible lograr su participación y colaboración al respecto, y permitirá a la vez que ellos se sientan empoderados con el proyecto.

Luego, se debe conformar el equipo de trabajo con un personal calificado, ya que en el desarrollo de cualquier producto turístico intervienen múltiples actores. En este caso, se involucran varias entidades e instituciones como el gobierno local y las organizaciones de masas de alcance local,

representantes del Ministerio de Turismo, Gaviota S.A, el Ministerio de Ciencia Tecnología y Medio Ambiente (CITMA), Patrimonio y Cultura, y las direcciones de Comercio y Gastronomía. Estos especialistas emitirán sus criterios sobre el producto a desarrollar y se encargarán de su implementación y seguimiento, una vez que este haya sido aprobado.

## **Etapas 2: Contextualización del lugar**

Cayo Bariay se encuentra situado en el municipio Rafael Freyre, en la costa este de la bahía homónima, aproximadamente a 37 km de la cabecera provincial. Constituye un componente esencial de la identidad cultural nacional con gran connotación universal, al representar el sitio por donde el almirante Cristóbal Colón desembarcó el domingo 28 de octubre de 1492 con los tripulantes de La Pinta, La Niña y La Santa María tomando posesión de estas tierras en nombre de la corona española. Debe su nombre al vocablo indígena que repetían de forma constante los aborígenes de la zona a la llegada de los conquistadores. Si bien fue denominado por Colón como Puerto de San Salvador, a lo largo de la historia ha prevalecido su nombre original.

El 27 de enero de 1990 la Bahía de Bariay y su entorno fueron declarados Monumento Nacional debido a sus extraordinarios valores históricos, arqueológicos y naturales. Hoy día, en esta zona se encuentra enclavado desde el año 2001 el Parque Monumento Nacional Bariay; área natural protegida que contiene 210 hectáreas de extensión (2,5 km) separado por dos bahías de bolsa, al este la Bahía de Bariay y al oeste la Bahía de Jururú. Este parque goza de notable relevancia al comprender el lugar del desembarco y descubrimiento de Cuba por los colonos, así como diversos ecosistemas con valores florísticos y faunísticos(Vilar, 2013).

De ahí que en los últimos años el Grupo Gaviota S.A, se ha encargado de potenciar su desarrollo en el turismo desde una perspectiva ecologista con un alto compromiso con el medio natural y la historia. Por ende, el objetivo central del Grupo radica en mostrar al visitante el trascendente e irrepetible acontecimiento universal y lograr que el mismo se sienta como el nuevo protagonista del encuentro mutuo entre las dos culturas del Viejo y Nuevo Mundo en el escenario prístino de aquel 1492. De esta forma, quienes llegan hasta este lugar pueden disfrutar de una experiencia única, además de encontrar la paz y la tranquilidad de una singular área turística(Casals, 2015).

## **Etapas 3: Diseño del producto turístico**

### **Fase 1: Elaboración del inventario turístico y evaluación**

#### **Recursos naturales**

El Parque Monumento Nacional Bariay goza de valiosos recursos naturales que ratifican la frase expresada hace más de 500 años por el almirante Cristóbal Colón al arribar a estos parajes: “esta es la tierra más hermosa que ojos humanos hayan visto...”. De hecho, la fauna está constituida por más de 140 especies, destacándose las aves con 40, los moluscos con 52 y las mariposas con 30 (Ronda, 2017). Además, el área forma parte del corredor de aves migratorias, al cual no acuden solo especies endémicas del país, sino también de diferentes partes del mundo. Al mismo tiempo, Bariay comprende el cinturón de hibridación de Oriente (abundancia de especies híbridas), único existente en Cuba y de los pocos en el ámbito mundial(Corella & Domínguez, 2007).

En el caso de la flora se han identificado un total de 359 especies, pertenecientes a 292 géneros y 79 familias, de las cuales 36 son endémicas. En este sentido, se distinguen diversas formaciones

vegetales como son: los manglares, complejos de vegetación de costa rocosa y arenosa, matorral xeromorfo costero (manigua costera), bosque siempre verde micrófilo, bosque semidecuido, cuabales, vegetación ruderal, matorral secundario y bosques secundarios que se encuentran bordeando la bahía, las riberas del río Bariay y en los mogotes cercanos (Casals, 2015). De igual forma, el sitio ofrece al visitante 400 metros de playa en forma de pequeñas conchas acantiladas y una increíble plataforma submarina con varias barreras coralinas (Ronda, 2017).

En la zona también se destacan las alturas de Maniabón, fundamentalmente los cerros calcáreos de forma mogótica sobre las suaves formaciones colinosas de serpentina y la subyacente llanura, espectáculo que se repite poco en el archipiélago cubano. Al sur de la Bahía de Bariay a una distancia entre 9 y 13 km se encuentran: Cerro Colorado, Las Tinajitas, la Silla de Gibara y Loma Vigía. Mientras que a una distancia entre 10 y 11 km pero al sudeste se observa la legendaria Mezquita de Colón acompañada al oeste del Cerro de Los Portales. En estas elevaciones son frecuentes las cavernas de morfología vertical de gran atractivo espeleológico y de fascinante belleza natural.

Sin lugar a dudas, Bariay dispone de múltiples valores naturales que lo convierten en un excelente lugar para el disfrute de diferentes modalidades turísticas como el turismo de naturaleza, sol y playa y náutico. Sin embargo, es menester señalar que a través de los siglos su entorno ha sufrido diversas transformaciones por lo que una de las principales propuestas del parque, consiste precisamente en desarrollar un proyecto futuro para la recuperación del ecosistema original existente a la llegada de Cristóbal Colón, así como dedicar un área al rescate del patrimonio forestal de Cuba (Vilar, 2013).

### **Recursos histórico-culturales**

La visita al Parque Bariay ofrece a los turistas una gran variedad de recursos histórico-culturales. En este sentido, se destaca el fortín ubicado a la entrada del parque, el cual recrea una pequeña construcción militar de la etapa hispánica, donde permanecían dos soldados españoles que controlaban el paso de la entrada y salida a la Bahía de Jururú, pues esta era un medio empleado para el traslado de distintas mercancías en pequeñas embarcaciones desde Gibara para Fray Benito. En la reconstrucción de este inmueble se utilizó madera original Jiquí y Ocuje (Vilar, 2013).

En su interior se muestran diferentes objetos en réplicas y originales que representan el modo de vida de estos soldados en el servicio de guardia, entre los que se encuentran: pluma con tintero, una botella que al vaciarse la utilizaban como portavelas, un anafre, cocina típica de la época donde elaboraban sus alimentos y usaban como combustible el carbón, la mesa de cocina sobre la cual se encuentra la jarra para agua potable, el botijo usado para almacenar y cargar agua, el lavamanos para aseo personal y la caja de municiones del fusil Mauser modelo 1893.

Por otra parte, cerca de la caballeriza se encuentra la Casa del Guardabosque producto concebido para recrear costumbres de la etapa hispánica e interactuar con los animales domésticos. En sus dominios se ubica un pozo, que era la fuente de agua utilizada por los soldados españoles que hacían vida de guardia en el fortín, además de réplicas de objetos usados por ellos. Se le brinda al visitante un cóctel de bienvenida que le ofrece un campesino, bebida que consiste en agua de coco en su propio fruto, con café colado a la forma empleada por los campesinos, y en ocasiones se acompaña de comida típica criolla como el lechón asado (Vilar, 2013).

Al mismo tiempo, sobresale dentro del Parque Bariay el Monumento Encuentro de las dos Culturas, erigido en el año 1992 en Punta de Sabaneta al este del cayo, con motivo del aniversario 500 de aquel extraordinario acontecimiento. En esta zona se mezcla la obra escultórica y arquitectónica con el paisaje natural del entorno, y para su realización se tuvo en cuenta la topografía del lugar, poco accidentado, con una costa promedio de 6,5 m sobre el nivel del mar, lo que permite que la altura máxima del monumento se eleve a 13,50 m, de ahí que se puede visualizar desde el mar.

La forma del Monumento al Medio Milenio, se concibió en dos formas geométricas que responden a un triángulo y un círculo. El triángulo está definido por algunos arcos sobre columnas con capiteles, lo que representa la cultura europea. Por su parte, el círculo es un elemento simbólico en la primitiva cultura aborígen, y fue creado mediante 16 piezas que representan ciertos objetos de estos grupos humanos. La composición del conjunto permite imaginar una saeta que penetra en un círculo, por lo que recrea el hecho de la introducción de la cultura europea en la cultura aborígen.

Dentro de los atractivos, se incluye además el lugar del fondeadero de Colón en la Bahía de Bariay, así como el relacionado al desembarco. De igual manera, en la zona se localiza un sitio arqueológico en el lugar donde los investigadores consideran que estaba ubicada la aldea descrita por el almirante tras su arribo a tierra cubana. En este sitio se reconstruye de forma exacta el sector más importante de las excavaciones realizadas, y se exponen réplicas de residuarios hallados como hogueras y fogones que fueron encontrados en los niveles estratigráficos de mayor fertilidad.

La réplica de la aldea taína contiene dos caneyes y constituye un espacio atractivo que refleja varios artefactos de los primeros habitantes, construcciones típicas cuyas formas estuvieron basadas en los hallazgos arqueológicos, réplica de un conuco hecho por la acumulación de una gran cantidad de tierra con dimensiones de un metro de diámetro por un metro de alto que muestran diferentes plantaciones de la etapa precolombina. En este mismo escenario, en particular la plaza, se escenifican algunas costumbres de las comunidades aborígenes residentes en aquella época.

Es válido resaltar que cada 28 de octubre acuden a Bariay diversos espectadores para presenciar la escenificación del descubrimiento y el encuentro entre la cultura europea y la aborígen en Cuba, pues se celebra la clausura de la Semana de la Cultura Iberoamericana, el cual constituye uno de los eventos más importantes en la provincia, dirigido al rescate de las tradiciones hispánicas.

### **Infraestructura turística**

#### ➤ Restauración

El parque cuenta con el restaurante Colombo que se compone de un antiguo bodegón español y un caney, ambos decorados con objetos de la época. Este se oferta comida tradicional cubana y comida internacional en el horario comprendido de 12:00 pm hasta 2:30 pm, se caracteriza por servicio plateado con capacidad para 40 comensales y una carga de 112 comensales. El principal atractivo de la instalación es que desde esta se puede observar todo el paisaje del cayo y sus contornos.

También, existe un snack-bar llamado Corokote que oferta comidas ligeras y refrigerios entre las 9:00 am y las 3:30 pm, el mismo tiene capacidad para 24 comensales y carga de 86 comensales(Vilar, 2013).

### **Infraestructura- equipamiento**

#### ➤ Servicios generales

Bariay dispone de un bahareque que funciona como una tienda artesanal para la venta de imitaciones de varios objetos aborígenes, barcos, collares, cerámicas y aves talladas en madera; de esta forma el turista puede adquirir durante su visita un souvenir que le haga recordar su paso por el parque y la experiencia vivida.

➤ Comunicaciones

Una de las instalaciones más interesantes y útiles es el Centro de Información Caney, el cual muestra a los visitantes la historia del lugar, los atractivos, así como otros aspectos estrechamente vinculados con la etapa precolombina, la ruta de Colón y el proceso de conquista y colonización de la Isla. A parte de las explicaciones brindadas por el guía y las informaciones expuestas en pancartas, se enseñan fragmentos de vídeos que sirven para completar los mensajes asociados al lugar. Además, se expone información sobre la Silla de Gibara y la Mezquita de Colón, alturas representativas del área que sirven de referencia para demostrar que el Puerto de San Salvador es la Bahía de Bariay ya que fueron descritas en el Diario de Navegación del almirante Cristobal Colón.

**Valoración de los recursos turísticos**

➤ Calidad

Bariay simboliza la puerta que abre el comienzo de la ruta a la modernidad cubana, el nacimiento de Iberoamérica y los caminos del mundo, es la cimiento donde comenzó la epopeya heroica del criollo que nació de la unión de aborígenes, europeos y africanos; mezcla esencial que conforma la nacionalidad e identidad cultural del pueblo cubano.

Por ende, constituye un sitio auténtico de extraordinaria significación que proporciona a quienes llegan a tales parajes una visita memorable. De igual forma, como se aprecia, el parque posee variados e importantes recursos naturales e histórico-culturales que lo convierten en un atractivo turístico de gran calidad.

Así lo demuestran las opiniones emitidas por los clientes. Por ejemplo, en la plataforma TripAdvisor de 18 comentarios que hay sobre el Parque Monumento Nacional Bariay, el 94.4% lo califica entre excelente y muy bueno. Mientras que en su página de Facebook el lugar recibe una puntuación de 4.4, aspecto favorable para la instalación. No obstante es preciso desarrollar acciones de comunicación promocional eficaces para incrementar la interacción de usuarios en diferentes sitios web y redes sociales en aras de conseguir que los productos turísticos ofertados por el parque tengan un mayor alcance y atraigan a un gran número de clientes.

➤ Seguridad

Dentro de esta área natural los turistas pueden disfrutar de plena seguridad, pues se cuenta con todas las medidas, precauciones y condiciones necesarias para proteger su integridad física y asegurar que su estancia sea placentera; lo cual ratifica el calificativo de Cuba como destino seguro. De hecho, la política del país es un gran atractivo para los visitantes, al sentirse como en casa por la seguridad y tranquilidad que se ofrece.

➤ Accesibilidad

En la década del 60 del siglo pasado con el fin de mejorar la accesibilidad a Bariay se construyó un terraplén en la entrada, dado que en ese lugar era donde se unían las dos bahías. Actualmente, el nivel de acceso es libre y puede hacerse por medio automotor, naval, animal y pedestre. Para el

recorrido guiado por el parque se emplean transportes ecológicos principalmente de tracción animal (Vilar, 2013).

➤ Utilización para la actividad turística

Constituye una oferta exclusiva para el turismo histórico, además de ofrecer sol y playa, naturaleza y posibilidades para el recorrido, cabalgatas, caminatas, observación de flora y fauna, disfrute de actividades náuticas, desplazamiento a las comunidades cercanas, visita y degustación del coco en la casa del campesino, show aborigen en la aldea taína y almuerzo en el restaurante Colombo.

**Fase 2: Creación de la idea central**

**Generación y selección de ideas**

La oferta de productos en el municipio está basada principalmente en los paquetes de sol y playa; además de los circuitos que venden las agencias de viajes Cubatur, Viajes Cubanacán, Havanatur, Gaviota Tours y Ecotur. Luego de la revisión de opcionales y catálogos de algunas de las agencias que operan en el destino, se pudo comprobar que estas se limitan solo al disfrute de la modalidad de sol y playa y actividades náuticas en la Bahía de Naranjo, o, por otro lado al disfrute de la historia, la cultura y el turismo de naturaleza que ofrece el Parque Monumento Nacional Bariay.

Por tanto, se propone la combinación de una travesía náutica para visitar este último sitio, pues sería idóneo incluir alguna visita histórico-cultural a las actividades náuticas para vincular de esta forma una mayor demanda de clientes por la diversidad de ofertas que atraería a un público más amplio. Es válido resaltar que no existe ningún aspecto ambiental o de tipo social que invalide el diseño del producto turístico, aunque si resulta muy importante prever que la intensidad de las visitas no supere la capacidad de dicha infraestructura, pues esto trae aparejada la contaminación.

Para el recorrido en lancha y catamarán existen regulaciones para el cuidado del mar y su entorno. También el Parque Monumento Nacional Bariay cuenta con una serie de reglamentos por ser zona natural. Por ende, en los lugares visitados se les informará a los clientes sobre las leyes, regulaciones ambientales y sanitarias vigentes sobre el cuidado del medio ambiente, así como las medidas de prevención y mitigación de los impactos negativos.

**Definición del concepto**

➤ **Objetivo del nuevo producto turístico**

La excursión propuesta pretende lograr el disfrute final de un producto turístico para los mercados canadiense e inglés por su preferencia por las modalidades turísticas que conciben el producto, en el cual se integran el turismo cultural que destaca en el Parque Monumento Nacional Bariay, y el turismo náutico, este último por el disfrute de los principales atractivos naturales de un área de la zona costera norte de Holguín, logrando una diversificación de la oferta del destino, para así responder a la demanda.

➤ **Idea de producto**

El programa que se propone en la presente investigación resume la idea del producto:

7:30-7:45 am: Recogida en los hoteles.

7:45-8:00 am: Llegada al Puerto de Vita y abordaje al catamarán con servicio de salvavidas.

8:00-8:30 am: Travesía en catamarán hasta la costa de Cayo Bariay.

8:30-9:00 am: Arribo a la costa del Parque Monumento Nacional Bariay con trasbordo del catamarán a una lancha con capacidades de 8 pax, que los dejará en la orilla de la playa, y disfrute de la simulación de la llegada de Cristóbal Colón a la costa cubana.

9:15-10:05 am: Visita a la Aldea Taína y disfrute del show de animación.

10:05-11:30 pm: Visita al Monumento Encuentro de las dos Culturas.

11:30 am-1:00 pm: Almuerzo en el restaurante Colombo

1:00-2:00 pm: tiempo libre con opcional de paseos a caballo.

2:00-2:30 pm: Travesía en catamarán hasta el Puerto de Vita.

2:30-3:00 pm: Regreso a los hoteles.

➤ **Definición del nombre del producto**

Para desarrollar un producto exitoso su nombre debe ser llamativo, original y estar en estrecha correspondencia con los atractivos empleados en el diseño y las actividades programadas, por lo que se propone como nombre del producto turístico: “Historia y descubrimiento” (*“History and discovering”*), acompañado del eslogan “Siente el mar y la historia en tu viaje”.

➤ **Atractivos y actividades**

Una vez identificados los recursos naturales e histórico – culturales más importantes de la zona, se confeccionó un programa que combina los principales atractivos empleados con las actividades a desarrollar.

- Zona costera del municipio Rafael Freyre: Travesía en catamarán y Contemplación de paisajes
- Parque Monumento Nacional Bariay: Simulación de la llegada de Cristóbal Colón, Disfrute de show aborigen, Contemplación de paisajes, Visita al Monumento Encuentro de las dos Culturas, Paseos a caballo

**Ventaja competitiva**

Para determinar la ventaja competitiva de la excursión turística diseñada, primeramente resulta imprescindible analizar sus principales competidores, los cuales representan las diferentes ofertas que se llevan a cabo ya sea dentro del territorio y sitio en cuestión, o bien, aquellas basadas en las mismas modalidades turísticas en lugares con atractivos similares. Dentro de las que incluyen al Parque Monumento Nacional Bariay, al menos dentro de la agencia Viajes Cubanacán, se encuentran: *Challenge 4x4 Y Columbus Discovery* que, como se pueden observar, son pocas.

❖ *Challenge 4X4*

Recogida en los hoteles con guía especializado en el idioma, traslado hasta la marina Marlin Boca de Samá, paseo por 30 minutos en *Jet Ski*, posteriormente recorrido por los campos cubanos con visita a la casa del campesino, disfrute de frutas tropicales y animales de corral, traslado en jeep hasta el valle de los tibes y cerro de Yabazón con paradas interpretativas y tiempo para fotos, hasta llegar a Bariay para el disfrute de monta a caballo, visita y degustación del coco en la casa del campesino, show aborigen en la aldea y almuerzo. Retorno a los hoteles.

❖ *Columbus Discovery*

Recogida en el primer hotel 7:30 de la mañana. Guía de turismo en el idioma. Paseo corto en coche tirado por una locomotora de vapor del siglo XIX, que sale de un antiguo central azucarero ubicado

en el municipio Rafael Freyre. Continúa el viaje hasta Bariay, sitio del descubrimiento, para realizar visita a la Aldea Taína con show, almuerzo y paseo a caballos. Retorno a los hoteles.

También, todas las excursiones vinculadas a sitios con atractivos culturales son parte de la competencia, destacándose la Aldea Taína fundamentalmente. En tanto, el resto de las excursiones a otros lugares del destino y de Cuba enfocados en esta modalidad, constituyen competidores menos directos.

Luego, el producto turístico propuesto a diferencia del resto, ofrece a los visitantes una excelente combinación de turismo náutico, a través del paseo en catamarán como una de sus principales actividades, y el turismo cultural potenciado en Bariay por medio de diversas actividades que evocan y transmiten a los visitantes los excepcionales valores históricos inherentes a este lugar.

Es un producto único, integrador y novedoso que aún no forma parte de la agenda de las agencias de viaje que operan en el municipio; he ahí su ventaja competitiva respecto a las otras excursiones. Por ende, resulta imprescindible su implementación en aras de lograr una mayor diversificación de la oferta turística y su consiguiente materialización en ingresos y ganancias que puedan ser revertidos en el desarrollo local.

### **Servicios y equipamiento**

#### ➤ **Mix de servicios**

De acuerdo a la idea de producto desarrollada anteriormente el servicio principal es realizar un recorrido por algunos de los principales atractivos naturales e históricos-culturales que posee la zona costera norte de Holguín en el municipio Rafael Freyre, en especial el Parque Monumento Nacional Bariay.

Contará además con una serie de servicios complementarios que a diferencia del servicio básico no influyen necesariamente en la satisfacción de las necesidades y expectativas del público objetivo. Estos servicios son:

- ✓ **Transportación:** Este servicio será garantizado por la Empresa de Transporte Turístico TRANSTUR y por la Marina Gaviota SA
- ✓ **Restauración:** El restaurante empleado será el Colombo, y servicio de barra abierta en el catamarán
- ✓ **Guía y representación:** El recorrido se efectuará con un guía especializado en el idioma inglés, que explicará todos los atractivos y actividades
- ✓ **Salvavidas:** El recorrido por mar se efectuará con un salvavidas a bordo.

#### ➤ **Proceso de prestación**

##### Transporte

Se establecerá contratos con las Empresa de Transporte Turístico TRANSTUR y con la Marina Gaviota SA. De acuerdo a la forma en que está concebido el producto los medios de transporte que se solicitarán serán un ómnibus, un catamarán y lanchas de motor por regulaciones del CITMA. Los ómnibus serán contratados con la empresa TRANSTUR y el catamarán y las lanchas de motor con la empresa Marina Gaviota SA. Los precios se negociarán previamente entre las agencias y las empresas vinculadas. Estos medios de transporte cuentan con alto confort, además de ofrecer seguridad, profesionalidad y experiencia por parte de sus choferes.

### Restauración

Se realizará en el restaurante Colombo en un horario comprendido entre las 11:30 am y la 1:00 pm y contará con comida criolla.

### Material informativo

Lo anteriormente abordado dentro del proceso de prestación del producto se hace necesario reflejarlo en un material informativo que permita el desarrollo del producto con la organización óptima. Los clientes, al optar por la excursión, adquirirán un material que detalle los horarios, el programa del producto turístico, y todos los servicios que se prestarán tanto básicos como auxiliares. Se coordinarán además todas las acciones que deben realizar los prestatarios de servicios a través de contratos que reflejen con claridad lo que se quiere lograr con la materialización del producto turístico. Los guías jugarán un papel protagónico en el proceso de información mostrando siempre gran amabilidad y profesionalidad.

### **Etapa 4: Identificación y análisis de la demanda**

Como resultado de la revisión bibliográfica y documentos del Mintur se obtuvo que el destino Holguín recibe anualmente clientes de más de 15 naciones extranjeras, entre los de mayor afluencia se encuentran: Canadá, Rusia, Inglaterra, Alemania, Italia y Holanda. Luego, el producto turístico diseñado está enfocado a sus dos principales emisores.

✓ Mercado canadiense

Los canadienses que visitan a Cuba tienen una edad entre 25 a 60 años. Sus motivaciones son: sol y playa, historia y cultura, y naturaleza. Siendo el motivo principal el sol y playa. La mayoría viajan a través de TT.OO. en la modalidad todo incluido. Los principales TT.OO. son *Vacance Air Transat, Conquest, Signature* y *Sunquest, Tur Mont Royal*. Su estancia media es de 8.5 días. Viajan en familia o parejas.

✓ Mercado inglés

Los ingleses que visitan a Cuba tienen una edad entre 25 a 60 años. Sus motivaciones son: sol y playa, historia y cultura, y naturaleza. El motivo principal es la historia y cultura. La mayoría viajan a través de TT.OO en la modalidad todo incluido. Los principales TT.OO. son *Fred Olsen, Saga, JMC, Crickerts, Victoria Travel* y *Havanatur*. Viajan en familia, con la pareja o grupos. Su estancia media es de 11,6 días.

Se proponen estos mercados por sus preferencias e inclinación hacia las modalidades de turismo de naturaleza, turismo cultural, turismo náutico y turismo de sol y playa, en edades comprendidas entre los 20-40 años.

### **Etapa 5: Decisión de precio**

➤ **Cotización, cálculo económico y precio del producto**

El producto diseñado contiene varios servicios que serán contratados con diferentes prestatarios, los precios de tales servicios se muestran en la tabla 1.

Programa Turístico: "Historia y descubrimiento" (*"History and discovering"*)

**Tabla 1.***Costos generales, Costo Total, Margen comercial y Precio de venta*

C1: Servicio de transporte	1.88 USD x pax
C2: Servicios en el Parque Monumento Nacional Bariay	12 USD x pax
C3: Servicios de Marina Gaviota S.A.	30 USD x pax
C4: Servicio del guía	1.62 USD x pax
C5: Costo alimentación guía y chófer	0.38 USD x pax
<b>Costo Total</b>	<b>45.88 USD x pax</b>
<b>Margen comercial</b>	25%
<b>Precio de Venta</b>	$45.88/0.75=61.17$ <b>65.00 USD x pax</b>

**Fuente: Elaboración propia****Etapas 6: Comercialización****➤ Posicionamiento**

El producto turístico “Historia y descubrimiento” se posicionará en el mercado como un programa atractivo y singular dentro del destino holguinero, que ofrece a los clientes la posibilidad de disfrutar de la combinación de atractivos naturales e histórico – culturales con un valor diferente al resto de los productos que podría encontrar el público objetivo en otros lugares del país y de la propia provincia de Holguín. Su eslogan será “Siente el mar y la historia en tu viaje”.

**➤ Distribución del producto**

- Teniendo en cuenta los principales turoperadores con que trabaja la agencia Viajes Cubanacán y su relación con ellos, el producto propuesto puede ser distribuido a través de las agencias y turoperadores con los cuales este tiene contratos establecidos.

**➤ Comunicación del producto**

La agencia se encarga de promocionar sus productos mediante:

- Suelos
- Páginas web como [www.tec.tur.cu](http://www.tec.tur.cu) para el mercado interno, además de [www.viajescubanacan.cu](http://www.viajescubanacan.cu), entre otras
- Páginas en redes sociales como Facebook
- Utilización de planers para turoperadores, incluyendo el producto en sus guías y catálogos.

Se proponen las siguientes actividades:

- Crear un canal en YouTube para subir videos que promocionen el nuevo producto
- Crear un perfil de usuario en Facebook. Debe tener el nombre del producto y una explicación detallada de las actividades y atractivos empleados, así como fotos de los atractivos. Debe ser actualizada con regularidad y se debe dar respuesta a los comentarios
- Colocar información del nuevo producto turístico en la página de la Oficina de Información Turística (Infotur)
- Mostrar vídeos promocionales en los transfer y aeropuertos

- Realizar *Famtrips* (viajes de familiarización)
- Imprimir sueltos promocionales para repartirlos en aeropuertos, en honor a fechas conmemorativas

### Conclusiones

1. Se empleó la propuesta metodológica para la generación de productos turísticos a partir de la comunidad local de Ramírez Hernández (2019) al ser una metodología actual y asequible que consta de ocho etapas y dos fases.
2. A partir del diagnóstico de los recursos turísticos de Bariay se pudo constatar la existencia de un gran potencial natural e histórico-cultural para el desarrollo de varias modalidades turísticas.
3. La aplicación de la metodología permitió el diseño de la excursión “Historia y descubrimiento” al Parque Monumento Nacional Bariay que integra el turismo cultural y náutico, para los mercados canadiense e inglés.
4. El producto turístico propuesto es una oferta única y novedosa en el destino, cuya implementación contribuye a fomentar el desarrollo local como parte del efecto multiplicador del turismo.

### Bibliografía

- Bote, V. (1990). Planificación económica del turismo. México: Trillas.
- Casals, C. (2015). Todo comenzó por Bariay: Los apuntes de Cristóbal Colón en 1492. Holguín.
- Corella, C. C., & Domínguez, M. A. F. (2007). BIOTUR 2006. Galicia, España: Grafanova, S.A.
- Gómez, G. (2014). Procedimiento metodológico de diseño de productos turísticos para facilitar nuevos emprendimientos. *Revista Retos*, 157-172.
- González Santamaría, P. (2015). Influencia del valor percibido y de la satisfacción en la lealtad: una aplicación al turismo náutico. (Tesis Doctoral), UNIVERSIDADE DE VIGO.
- Machado, E., & Hernández, Y. (2007). Procedimiento para el diseño de un producto turístico integrado en Cuba. *Teoría y Praxis*.
- Ramírez Hernández, O. I. (2019). Propuesta metodológica para la generación de productos turísticos a partir de la comunidad local. *Revista de Ciencias de la Administración y Economía*, 9(17), 128. doi: <https://doi.org/10.17163/ret.n17.2019.08>
- Ronda, J. C. L. (2017). Producto turístico “La tierra más hermosa...”. Holguín.
- Salinas, C. E. (2013). Geografía y turismo. La Habana: Editorial Félix Varela.
- Sutty Segovia, H. I. C. C., Francisco (2018). Luque: potencialidades y perspectivas para el desarrollo del turismo cultural. *Revista de Investigación en Ciencias Sociales y Humanidades*, 5(1). doi: DOI: 10.30545/academo.2018.ene-jun.2
- Vilar, L. G. (2013). El patrimonio cultural de Holguín. Gestión turística desde la perspectiva de la autenticidad. Granada: Editorial de la Universidad de Granada.