

CIETCUBA 2024

VII CONVENCIÓN INTERNACIONAL DE
ESTUDIOS TURÍSTICOS

***“Por un turismo desde y
para la comunidad”***



ISBN: 978-9942-7373-2-8



9 789942 737328

El libro **CIETCUBA 2024 VII Convencion Internacional de Estudios Turisticos** está avalado por un sistema de evaluación por pares doble ciego, también conocido en inglés como sistemas “*double-blind paper review*” registrados en la base de datos de la **EDITORIAL CIENCIA DIGITAL** con registro en la Cámara Ecuatoriana del Libros No.663 para la revisión de libros, capítulos de libros o compilación.

Evaluadores:

-  **Evaluador 1.** (Universidad o Instituto)
-  **Evaluador 2.** (Universidad o Instituto)

ISBN_978-9942-7373-2-8

Primera edición, febrero 2025

Edición con fines didácticos

Coeditado e impreso en Ambato - Ecuador

El libro que se publica es de exclusiva responsabilidad de los autores y no necesariamente reflejan el pensamiento de la **Editorial Ciencia Digital**.

El libro queda en propiedad de la editorial y por tanto su publicación parcial y/o total en otro medio tiene que ser autorizado por el director de la **Editorial Ciencia Digital**.



Jardín Ambateño, Ambato, Ecuador

Teléfono: 0998235485 – 032-511262

Publicación:

w: www.cienciadigitaleditorial.com

w: <http://libros.cienciadigital.org/index.php/CienciaDigitalEditorial>

e: luisefrainvelastegui@cienciadigital.org

AUTORES

COMPILADORES

- 📄 **Dr.C. Mercedes del Carmen Franco**
(Vicepresidenta Comité Científico CIETCUBA 2024)
- 📄 **M.Sc. Yoan Hernández Flores**
(Miembro Comité Científico CIETCUBA 2024)
- 📄 **Ananda Díaz López**
(Estudiante de Licenciatura en Turismo. Universidad de La Habana.)

 **CIENCIA DIGITAL EDITORIAL**

La **Editorial Ciencia Digital**, creada por Dr.C. Efraín Velasteguí López PhD. en 2017, está inscrita en la Cámara Ecuatoriana del Libro con registro editorial No. 663.

El **objetivo** fundamental de la **Editorial Ciencia Digital** es un observatorio y lugar de intercambio de referencia en relación con la investigación, la didáctica y la práctica artística de la escritura. Reivindica a un tiempo los espacios tradicionales para el texto y la experimentación con los nuevos lenguajes, haciendo de puente entre las distintas sensibilidades y concepciones de la literatura.


El acceso libre y universal a la cultura es un valor que promueve Editorial Ciencia Digital a las nuevas tecnologías esta difusión tiene un alcance global. Muchas de nuestras actividades están enfocadas en este sentido, como la biblioteca digital, las publicaciones digitales, a la investigación y el desarrollo.

Desde su creación, la Editorial Ciencia Digital ha venido desarrollando una intensa actividad abarcando las siguientes áreas:

- Edición de libros y capítulos de libros
- Memoria de congresos científicos
- Red de Investigación

Editorial de las revistas indexadas en Latindex 2.0 y en diferentes bases de datos y repositorios: **Ciencia Digital** (ISSN 2602-8085), **Visionario Digital** (ISSN 2602-8506), **Explorador Digital** (ISSN 2661-6831), **Conciencia Digital** (ISSN 2600-5859), **Anatomía Digital** (ISSN 2697-3391) & **Alfa Publicaciones** (ISSN 2773-7330).

ISBN: 978-9942-7373-2-8 Versión Electrónica

-  Los aportes para la publicación de esta obra, está constituido por la experiencia de los investigadores

EDITORIAL REVISTA CIENCIA DIGITAL



 Efraín Velasteguí López¹

Contacto: Ciencia Digital, Jardín Ambateño, Ambato- Ecuador

Teléfono: 0998235485 - 032511262

Publicación:

w: www.cienciadigitaleditorial.com

e: luisefrainvelastegui@cienciadigital.org

Editora Ejecutiva

Dr. Tatiana Carrasco R.

Director General

Dr.C. Efraín Velasteguí PhD.

¹ **Efraín Velasteguí López:** Magister en Tecnología de la Información y Multimedia Educativa, Magister en Docencia y Currículo para la Educación Superior, Doctor (**PhD**) en Ciencia Pedagógicas por la Universidad de Matanza Camilo Cien Fuegos Cuba, cuenta con más de 120 publicaciones en revista indexadas en Latindex y Scopus, 21 ponencias a nivel nacional e internacional, 16 libros con ISBN, en multimedia educativa registrada en la cámara ecuatoriano del libro, tres patente de la marca Ciencia Digital, Acreditación en la categorización de investigadores nacionales y extranjeros Registro REG-INV-18-02074, Director, editor de las revistas indexadas en Latindex Catalogo 2.0, Ciencia Digital, Visionario Digital, Explorador Digital, Conciencia Digital, Anatomía Digital, Alfa Publicaciones y editorial Ciencia Digital registro editorial No 663. Cámara Ecuatoriana del libro director de la Red de Investigación Ciencia Digital, emitido mediante Acuerdo Nro. SENESCYT-2018-040, con número de registro REG-RED-18-0063

**EJEMPLAR GRATUITO
PROHIBIDA SU VENTA**



El “copyright” y todos los derechos de propiedad intelectual y/o industrial sobre el contenido de esta edición son propiedad de CDE. No está permitida la reproducción total y/o parcial de esta obra, ni su tratamiento informático, ni la transmisión de ninguna forma o por cualquier medio, electrónico, mecánico, por fotocopia o por registro u otros medios, salvo cuando se realice con fines académicos o científicos y estrictamente no comerciales y gratuitos, debiendo citar en todo caso a la editorial.

ÍNDICE

PRÓLOGO	16
SECCIÓN 1: CONFERENCIAS.....	23
ADVANCING COMMUNITY-BASED TOURISM. LEGITIMIZATION AND INNOVATION	23
TURISMO DE SALUD Y BIENESTAR: UN ACERCAMIENTO INNOVADOR DESDE LAS COMUNIDADES ANFITRIONAS DEL TURISMO	24
SECCIÓN 2: III ENCUENTRO DE ESTUDIANTES DE TURISMO.....	27
EL HABANO COMO PATRIMONIO: PROPUESTA DE UN PRODUCTO TURÍSTICO COMUNITARIO EN UN VEHÍCULO TEMÁTICO.....	27
DISEÑO DEL PRODUCTO TURÍSTICO: CATALUÑA EN LA HABANA.....	29
PROPUESTA DE LA OFERTA TURÍSTICA LOS SECRETOS DE VIÑALES	31
TRAS LA HUELLA DE MARTÍ: UN CAMINO DE INSPIRACIÓN. ANÁLISIS GEOGRÁFICO DEL PATRIMONIO VINCULADO AL APÓSTOL	33
DISEÑO DE UN EVENTO TURÍSTICO DE BIENESTAR PARA EL MUNICIPIO PLAYA, LA HABANA	35
ACCIONES PARA LA GESTIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO TERRITORIAL EN SANTIAGO DE CUBA SEGÚN SU NIVEL DE DESARROLLO	37
PAUTAS PARA LA MEJORA DE LA GESTIÓN TURÍSTICA DEL DESTINO LA HABANA.....	39
DEFINICIÓN DE UNA PROPUESTA DE USO FUNCIONAL TURÍSTICO PARA POTENCIAR EL TURISMO EN LAS TERRAZAS	41
LINEAMIENTOS GENERALES PARA EL RESCATE DE MADRUGA COMO PUEBLO DE.....	43
INTERÉS TURÍSTICO	43
LA TALASOTERAPIA COMO PRODUCTO DIVERSIFICADOR Y DINAMIZADOR DE LA OFERTA DE HABANA DEL ESTE	45
VALOR DE LA MARCA TURÍSTICA DEL DESTINO LA HABANA: UN ANÁLISIS DESDE LOS VISITANTES	47
MARKETING INTELIGENTE: UNA NUEVA FILOSOFÍA	49

ANÁLISIS DE SENTIMIENTO DEL SALÓN ROJO DEL CAPRI BASADO EN LAS OPINIONES DE TRIPADVISOR	51
TENDENCIAS Y BUENAS PRÁCTICAS DE ECONOMÍA CIRCULAR COMO HERRAMIENTA DE COMPETITIVIDAD TURÍSTICA: UNA REVISIÓN BIBLIOMÉTRICA	53
PAUTAS PARA LA MEJORA DE LA GESTIÓN DEL RESTAURANTE 1830.....	55
ANÁLISIS SITUACIONAL DE LA BODEGUITA DEL MEDIO.....	57
ACCIONES DE MEJORA PARA LA COMPETITIVIDAD DEL AMBIENTE DE NEGOCIOS EN EL DESTINO CUBA.....	59
PROPUESTA DE ACCIONES EN EL HOTEL MELIÁ COHÍBA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN ENFOQUE DATA DRIVEN.....	61
ANÁLISIS DE SENTIMIENTOS DE LAS OPINIONES TEXTUALES ASOCIADAS AL COMPLEJO TURÍSTICO LAS TERRAZAS.....	63
DISEÑO DE PLAN DE MARKETING PARA LA BODEGUITA DEL MEDIO DE LA HABANA, CUBA	65
DIAGNÓSTICO DE LAS REDES SOCIALES, EL SITIO WEB Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LA AGENCIA DE VIAJES PARADISO.....	67
ANÁLISIS TEÓRICO DE LA GESTIÓN DEL TURISMO EN LA PENÍNSULA DE GUANACAHABIBES.....	69
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN DEL TURISMO SLOW EN LA HABANA VIEJA.....	71
PROYECTO DE INVESTIGACIÓN SOBRE TURISMO INTELIGENTE EN EL MUNICIPIO CERRO, LA HABANA.....	73
PLANEACIÓN ESTRATÉGICA PARA EL HOTEL INGLATERRA	75
AGROTURISMO EN EL MUNICIPIO COTORRO, LA HABANA, CUBA.....	77
TURISMO DEPORTIVO EN LA CIUDAD DEPORTIVA.....	78
EL PAPEL DEL CICLOTURISMO EN LA DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA EN LA PROVINCIA DE ARTEMISA.....	80
PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE MARKETING PARA GUANABITO MI HACIENDA.....	82
POSICIONAMIENTO, DIFERENCIACIÓN Y CRECIMIENTO.....	82
IMPACTO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL DESARROLLO DE LA LOCALIDAD DE LAS TERRAZAS	83

EL AVITURISMO EN SOROA	85
PAUTAS PARA LA MEJORA DE LA GESTIÓN DE LA FINCA GUANABITO MI HACIENDA.....	86
ANÁLISIS BIBLIOMÉTRICO DE LOS INDICADORES DE DESARROLLO SOSTENIBLE EN EL SECTOR DEL TURISMO.....	88
EVALUACIÓN DEL CUMPLIMIENTO DE LOS REQUISITOS DE SOSTENIBILIDAD EN EL.....	89
RESTAURANTE FABIO.....	89
DISEÑO DEL PRODUCTO TURÍSTICO «IRONMAN CAYO SANTA MARÍA»	91
EVALUACIÓN DE LA DEMANDA DIGITAL EN EL DESTINO CUBA.....	92
PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DEL DESTINO VIÑALES. PROYECTO ECONSULT SOSTENIBLE.....	94
SECCIÓN 3: III TALLER DE INNOVACIÓN EN EL TURISMO	98
SISTEMA DE CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN DEL MINTUR: ESTRATEGIA DE	98
CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN	98
PROPUESTA DE UN MARCO ESTRATÉGICO PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO CON ENFOQUE COMUNITARIO EN LA HABANA, CUBA.....	100
ECORUTAS: DISEÑO DE RUTAS TURÍSTICAS Y MAXIMIZACIÓN DE LA SATISFACCIÓN DEL VIAJERO.....	103
COOPERATIVISMO: POTENCIAL DE LA INNOVACIÓN TURÍSTICA EN CUBA.....	104
GESTIÓN HOTELERA EN ENTIDADES TURÍSTICAS. CASO DE ESTUDIO: HOTEL MELIÁ LAS DUNA	106
SECCIÓN 4: III TALLER DE TURISMO INCLUSIVO	110
PROPUESTA DE ACCIONES PARA EL TURISMO ACCESIBLE EN EL RESTAURANTEBAR LA TERRAZA DE COJÍMAR.....	110
ACCIONES PARA LA ATENCIÓN A LAS PERSONAS EN SITUACIÓN DE DISCAPACIDAD AUDITIVA EN EL RECINTO FERIAL EXPOCUBA	111
EL TRATAMIENTO DE LA IDENTIDAD CULTURAL SORDA CUBANA A LOS GUÍAS DE TURISMO DE LA AGENCIA DE VIAJES CUBATUR S.A.	
ALTERNATIVAS DE LA EDUCACIÓN AVANZADA.....	113

ESTRATEGIA PARA EL TRABAJO POR LA EQUIDAD DE GÉNERO EN LA FORMACIÓN DEL PROFESIONAL DEL TURISMO	115
EVALUACION DE LA GESTIÓN DE LA CULTURA INCLUSIVA CON UN ENFOQUE SISTÉMICO EN EL PROFESIONAL DE LAS CIENCIAS ECONÓMICAS.....	116
DISEÑO DE UN PROCEDIMIENTO PARA DESARROLLAR ESTRATEGIAS DE ACCESIBILIDAD TURÍSTICA EN LOS SERVICIOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS.....	118
PROPUESTA DE ACCIONES PARA MEJORAR LA ACCESIBILIDAD TURÍSTICA EN LOS HOTELES DE GUARDALAVACA.....	119
SECCIÓN 5: VII SIMPOSIO INTERNACIONAL DE ESTUDIOS SOBRE TURISMO Y VIAJES.....	123
ECONOMÍA CIRCULAR EN EL TURISMO, OPORTUNIDAD PARA CONVERTIR A GUARDALAVACA EN UN DESTINO INTELIGENTE	123
LOS OBSERVATORIOS TURÍSTICOS Y SU APOORTE AL DESARROLLO DE LOS TERRITORIOS: EL CASO PROVINCIA DE SANTA ELENA, ECUADOR..	125
CALIDAD DEL TIEMPO LIBRE Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN UNIVERSITARIA EN ESTUDIANTES.....	127
LAS CLAVES: PRODUCTO TURÍSTICO CON ENFOQUE EMPRESARIAL AMAZÓNICO.....	128
DESARROLLO DEL SISTEMA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA DEL DESTINO HOLGUÍN.....	130
UN ESTUDIO DE LA SATISFACCIÓN DEL TURISTA: UNA PROPUESTA NEUTROSÓFICA.....	132
LAS PEREGRINACIONES A SAN LÁZARO EN EL RINCÓN Y EL TURISMO DE CULTURA RELIGIOSA PARA EL DESARROLLO LOCAL	133
MAPA VERDE AL RESCATE DE LA HISTORIA DE LA COMUNIDAD. PROPUESTA DE	135
INTERVENCIÓN SOCIOCULTURAL	135
DISEÑO DE UN PRODUCTO SERVICIO QUE VINCULA TRADICIÓN, CULTURA Y TURISMO RURAL.....	137
EL PATRIMONIO CULTURAL DE LA COLINA UNIVERSITARIA COMO RECURSO TURÍSTICO PATRIMONIAL DE VALOR UNIVERSAL EXCEPCIONAL.....	139

EVALUACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL COMO IMPULSOR DE LA DEMANDA TURÍSTICA	140
TURISMO Y COMUNIDAD	142
TECNOLOGÍAS CLAVES PARA LA SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA.....	143
PROPUESTA DE ACCIONES PARA LA CONTRIBUCIÓN DE LOS EVENTOS CIENTÍFICOS-TÉCNICOS AL DESARROLLO COMUNITARIO EN LA HABANA.....	144
PROPUESTA DE ACCIONES ESTRATÉGICAS PARA LA MEJORA DE LA COMPETITIVIDAD DE LAS AGENCIAS DE VIAJES CUBA.....	146
LA CAPACIDAD DE CARGA TURÍSTICA EN LA PLANIFICACIÓN INTEGRAL DEL DESARROLLO DE DESTINOS URBANOS PATRIMONIALES. PROCEDIMIENTO PARA CIUDADES PATRIMONIALES DE CUBA.....	148
ESTRATEGIA PARA EL MEJORAMIENTO DE LOS INDICADORES ASOCIADOS A LAS POLÍTICAS Y FACTORES QUE FAVORECEN LOS VIAJES Y EL TURISMO EN EL DESTINO CUBA.....	150
PROPUESTAS PARA REDUCIR DEFICIENCIAS EN EL COMERCIO ELECTRÓNICO EN LA AGENCIA DE VIAJES CUBATUR S.A.....	151
EVALUACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD DE PRODUCTOS TURÍSTICOS DE NATURALEZA DEL OCCIDENTE CUBA.....	153
MODELO PRELIMINAR DE EVALUACIÓN DEL NIVEL DE DESARROLLO DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS CUBANOS	155
LA GOBERNANZA TURÍSTICA COMO INSTRUMENTO DINAMIZADOR EN DESTINOS DE CIUDADES PATRIMONIALES. CASO CIUDAD DE CAMAGÜEY, CUBA.....	157
DESARROLLO ORGANIZACIONAL EN INSTALACIONES DEL DESTINO CAYO SANTA MARÍA PARA POTENCIAR EL APRENDIZAJE Y LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO.....	159
EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO DE LOS CUADROS EN EL HOTEL IBEROSTAR ENSENACHOS COMO HERRAMIENTA DE FORMACIÓN CONTINUA.....	160
SANTA CLARA, MÁS QUE CHE: LA ENERGÍA DE SU CULTURA.....	162
ESTRATEGIAS DE DISEÑO DE PRODUCTOS PARA ENFRENTAR LAS TENDENCIAS DEL MERCADO TURÍSTICO	163

NECESIDADES SOBRE UN SISTEMA DE INFORMACIÓN COMO HERRAMIENTA TECNOLÓGICA BÁSICA PARA EL TURISMO SOSTENIBLE EN PASTAZA	165
INVESTIGACIÓN SOBRE ESTRATEGIAS DE DESARROLLO DEL TURISMO RURAL EN LA PROVINCIA DE GUANGDONG	166
ESTRATEGIA DE MARKETING INTERNO PARA CONTRIBUIR A MEJORAR LA SATISFACCIÓN LABORAL EN ENTIDADES TURÍSTICAS	168
TURISMO REGENERATIVO, HACIA UN CAMBIO DEL PARADIGMA DE LA SUSTENTABILIDAD. APORTES EN SU IMPLEMENTACIÓN A ESCALA LOCAL.....	169
PATRIMONIO Y TURISMO: EXPERIENCIA EN VIÑALES, PAISAJE CULTURAL DE LA HUMANIDAD	171
ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO TURÍSTICO DE LA CIUDAD SANTA CLARA, BASADO EN ATRIBUTOS DE SOSTENIBILIDAD.....	172
PROPUESTA DE ACCIONES PARA MEJORAR LA GESTIÓN DE EVENTOS EN EL HOTEL MELIÁ INTERNACIONAL VARADERO.....	173
SECCIÓN 6: X TALLER INTERNACIONAL DE LA EUCACIÓN SUPERIOR ANTE EL DESARROLLO TURÍSTICO Y I ENCUENTRO DE EDUCACIÓN PROFESIONAL PARA EL TURISMO	177
CAMINOS TURÍSTICOS Y PATRIMONIALES DEL HABANO DESDE UN DIPLOMADO.....	177
EVALUACIÓN DE IMPACTO DEL MODELO DE COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL EN EL SISTEMA DE TURISMO.	179
LA FORMACIÓN POR COMPETENCIAS EN EL SISTEMA DE TURISMO	180
LA GESTIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS PATRIMONIALES. UNA EXPERIENCIA DE DESARROLLO LOCAL DESDE LA UNIVERSIDAD DE LA HABANA.....	182
DIAGNÓSTICO DE LAS COMPETENCIAS DIRECTIVAS EN EL GRUPO HOTELERO GRAN CARIBE S.A (CASA MATRIZ)	183
LA CAPACITACIÓN, LA INNOVACIÓN Y EL DESARROLLO SOSTENIBLE EN EL TURISMO	185
SISTEMA DE CAPACITACIÓN PARA EL MEJORAMIENTO DEL DESEMPEÑO PROFESIONAL DE TRABAJADORES DE RECEPCIÓN HOTELERA.	187

ACERCAMIENTO A LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO COMO UNA NUEVA COMPETENCIA GENÉRICA PARA LOS DIRECTIVOS DEL MINTUR	189
MODELO PEDAGÓGICO PARA EL MEJORAMIENTO DEL DESEMPEÑO POR COMPETENCIAS DEL JEFE DE RECEPCIÓN HOTELERA.....	191
INNOVACIÓN DIDÁCTICA. EXPERIENCIAS EN LA ASIGNATURA GESTIÓN DE EVENTOS DE LA CARRERA LICENCIATURA EN TURISMO EN LA DE LA HABANA.....	193
GESTIÓN DEL CLAUSTRO EN LA CARRERA DE LICENCIATURA EN TURISMO EN CUBA. UN ACERCAMIENTO A SU SITUACIÓN ACTUAL.....	195
RECURSO DIDÁCTICO DE APOYO A LA ASIGNATURA DE GEOGRAFÍA TURÍSTICA Y	197
PATRIMONIO NATURAL.....	197
PROPUESTA DE DISEÑO DEL MANUAL DE MAYORDOMÍA EN EL COMPLEJO LAS VILLAS DE CAYO LARGO	199
LA FORMACIÓN DE ESTUDIANTES EN LA EDUCACIÓN TURÍSTICA DESDE EL IDIOMA INGLÉS.....	201
UNA ESTRATEGIA DE CAPACITACIÓN PARA LA COMUNICACIÓN INTERCULTURAL EFICIENTE DE LOS TRABAJADORES DEL SECTOR TURÍSTICO	202
EXPERIENCIAS DE FORMACIÓN PROFESIONAL EN EL DESTINO VIÑALES COMO ESCENARIO DE APRENDIZAJE	204
PLAN DE CAPACITACIÓN PARA OPTIMIZAR LAS RELACIONES PÚBLICAS A TRAVÉS DE LA GESTIÓN DE EXPERIENCIAS EN HOTELES DEL DESTINO VIÑALES	206
ENSEÑAR A CONSTRUIR CONOCIMIENTOS. VISIÓN DESDE LOS CENTROS DE CAPACITACIÓN DEL TURISMO EN CUBA.....	208
DESPLIEGUE DE LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO EN EL HOTEL VILLA HERMOSA	209
AULA INVERTIDA EN LA ENSEÑANZA TÉCNICO PROFESIONAL PARA EL TURISMO	211
SECCIÓN 7: SIMPOSIO DE LOGÍSTICA.....	215

FACTORES CLAVES DE ÉXITO PARA UNA ACERTADA GESTIÓN EN LAS CADENAS DE SUMINISTROS TURÍSTICAS. CASO: DESTINO “CAYOS DE VILLA CLARA”	215
SOSTENIBILIDAD Y CADENA DE SUMINISTRO CIRCULAR: UNA VISIÓN INNOVADORA DESDE LAS COMUNIDADES ANFITRIONAS DEL TURISMO	217
IMPACTO DEL ENFOQUE DE CADENA DE SUMINISTROS EN EL DESEMPEÑO ORGANIZACIONAL EN LA EMPRESA MARINA MARLIN S.A. .	219
SECCIÓN 8: II TALLER DE TURISMO DE SALUD, BIENESTAR Y CALIDAD DE VIDA	222
DISEÑO DE LÍNEAS ESTRATÉGICAS PARA LA TRANSFORMACIÓN DE SOROA EN UN TERRITORIO TURÍSTICO DE BIENESTAR	222
CARACTERIZACIÓN DE LA PROMOCIÓN DEL TURISMO DE BIENESTAR EN CUBA.....	224
ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO DE BIENESTAR EN SERVICIOS MÉDICOS CUBANOS.....	225
POTENCIALIDADES PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO DE SALUD DESDE LA LOCALIDAD	226
PLAN DE ACCIONES PARA LA TRANSFORMACIÓN DE SAN DIEGO DE LOS BAÑOS EN UN TERRITORIO TURÍSTICO ESPECIALIZADO EN BIENESTAR.....	228
SECCIÓN 9: VII SIMPOSIO INTERNACIONAL DE ESTUDIOS SOBRE ENTIDADES DE HOSPITALIDAD	232
DISEÑO DE UN SISTEMA DE ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA PARA HOTELES DEL DESTINO CAYOS DE VILLA CLARA	232
IMPLEMENTACIÓN DE LA METODOLOGÍA PARA LA EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN EL HOTEL NH CAPRI.....	233
CALIDAD DE VIDA LABORAL COMO HERRAMIENTA PARA LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE RR.HH. EN INSTALACIONES DEL DESTINO CAYO SANTA MARÍA	235

PRÓLOGO

TURISMO Y COMUNIDAD:

INNOVACIÓN Y COLABORACIÓN PARA EL DESARROLLO



Conferencia Inauguración.
Aula Magna. Universidad de
La Habana.

**Dra. C. Lisandra Torres
Hechevarría.**

Presidenta del Comité Organizador de la VII Convención Internacional de Estudios Turísticos CIETCUBA, 2024.

Estimados participantes:

La VII Convención Internacional de Estudios Turísticos, CIETCUBA 2024 aborda un tema crucial y transformador; la relación entre turismo y comunidad. Una relación que ha evolucionado en el tiempo desde las prácticas relacionadas con el turismo religioso y comercial en la antigüedad, pasando por el turismo de masas a partir del siglo XX, y los más recientes cambios hacia prácticas más sostenibles.

En los últimos años, hemos visto varias tendencias que han impactado positivamente en el turismo y se han convertido actualmente en líneas base para su desarrollo:

- *Aumento del Ecoturismo:* El creciente interés en experiencias que respeten y preserven el medio ambiente ha llevado a una mayor demanda de prácticas sostenibles. Este tipo de turismo no solo protege el entorno

natural, sino que también educa a los turistas sobre la importancia de la conservación.

- *Tecnología en el Turismo:* El uso de aplicaciones y plataformas digitales ha revolucionado la experiencia del viajero y la gestión turística. Desde aplicaciones móviles que ofrecen tours guiados hasta plataformas de reserva en línea que conectan a turistas con comunidades locales, la tecnología ha hecho el turismo comunitario más accesible y eficiente.
- *Enfoque en la Sostenibilidad:* Cada vez más, los turistas buscan prácticas que minimicen el impacto ambiental y promuevan beneficios económicos y sociales

para las comunidades locales. Esta tendencia refleja una creciente conciencia global sobre la necesidad de un turismo más responsable.

Es precisamente el turismo comunitario una forma de turismo que se centra en la participación activa de las comunidades en la producción de una experiencia turística integral y real, mientras los actores locales se benefician de esta actividad. Para comprender mejor este concepto, es útil explorar algunas teorías clave que sustentan su práctica:

- *Teoría de la gestión y planificación de destinos turísticos:* Enfatiza la gestión y el control local del turismo, asegurando que las decisiones se tomen a nivel comunitario, lo que fortalece el sentido de pertenencia y la autodeterminación. Es conocido como el enfoque “de abajo hacia arriba” de la planificación
- *Teoría de la Innovación en el Turismo:* Propone que la innovación es esencial para la competitividad y sostenibilidad del turismo. En un mundo en constante cambio, la capacidad de innovar puede hacer la diferencia para alcanzar el éxito.
- *Teoría de la Colaboración:* Sugiere que las alianzas entre sectores público, privado y comunitario son clave para el desarrollo sostenible. La colaboración permite aprovechar recursos, conocimientos y experiencias de manera más eficaz.

Estos tres basamentos teóricos conforman el entorno propicio para la innovación y la colaboración entre actores, entendida como el trabajo conjunto entre diversos actores del sector público, el privado y las propias comunidades, que se articulan para alcanzar objetivos comunes, y permiten brindar a los visitantes una experiencia comunitaria real e integradora que maximice los impactos positivos en el territorio donde se desarrolla.

El turismo comunitario juega un papel crucial en el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) para 2030 y genera beneficios sociales, económicos y medioambientales en la praxis.

Desde el punto de vista social fomenta una mayor participación y control de las comunidades en las actividades turísticas, promoviendo la autodeterminación y el orgullo local. Contribuye a promover y conserva las tradiciones y cultura local, protegiendo el patrimonio inmaterial y asegurando su transmisión a futuras generaciones. Propicia, además, la cohesión social, y fortalece los lazos comunitarios a través de la colaboración y el trabajo conjunto, creando un sentido de unidad y propósito común.

Desde una perspectiva económica, el turismo comunitario se traduce en la mejora de la infraestructura local para turistas y residentes. También tiene efectos positivos en la generación de empleos al crear oportunidades laborales para la población local y mejorando los ingresos familiares. Además, reduce la dependencia económica de una sola fuente, promoviendo una economía más diversificada, robusta y resiliente.

Los impactos medioambientales del turismo comunitario también son significativos ya que fomenta prácticas que preservan los recursos naturales, como el uso sostenible del agua y la energía. Contribuye a la reducción de los impactos ambientales del turismo al implementar tecnologías y prácticas sostenibles para minimizar el impacto ecológico, como el reciclaje y la gestión de residuos. También contribuye a la educación ambiental, ya que, sensibiliza y educa a turistas y residentes sobre la importancia de la sostenibilidad, promoviendo comportamientos responsables y respetuosos con el medio ambiente.

Sin embargo, a pesar del reconocimiento de los beneficios del turismo comunitario, son elementos que no se producen per se. Es necesario el contexto propicio para que estos se hagan una realidad. A nivel internacional pueden mencionarse varios ejemplos de buenas prácticas en, Ecuador, España, Francia, Bután, India, Costa Rica, Sudáfrica, y cada solución se produce a la medida en función de las problemáticas de las comunidades y las características del destino turístico.

Para el desarrollo del turismo comunitario es indispensable la voluntad política para crear un marco regulatorio que propicie y estimule la colaboración formal e informal entre actores, de forma que se produzcan sinergias innovadoras en función de la solución de problemas comunitarios y el diseño de productos turísticos únicos.

A nivel internacional se visualizan experiencias que evidencian un impacto directo en las comunidades. No obstante, para el verdadero desarrollo comunitario, la gestión turística debe canalizar la creación de capacidades en el territorio: capacidades desde la formación profesional o técnica y de otros tipos de los miembros de la comunidad, en aras de que tomen conciencia de la importancia del turismo para el desarrollo de su comunidad; en el fortalecimiento de las industrias locales complementarias al turismo como la textil y la agrícola; en la creación de productos turísticos que permitan diferenciar el destino y crear capacidades para competir en el entorno internacional actual; e innovar y actualizar su cadena de valor para mejorar en la eficiencia y dar un servicio con calidad.

En este sentido, la innovación social es clave, fundamentalmente en la creación de redes de negocios y puede propiciar el uso de tecnologías verdes, energías renovables y tecnologías sostenibles en instalaciones turísticas, elementos imprescindibles para reducir el impacto ambiental. Por otra parte, el desarrollo de plataformas digitales facilita la promoción y gestión del turismo comunitario, conectando a los turistas con experiencias auténticas y responsables. También existen programas de voluntariado que involucran a los turistas en actividades para apoyar proyectos locales, creando un intercambio cultural y de conocimientos beneficioso para todos.

Hay varios ejemplos inspiradores de innovación social en el turismo comunitario que combinan ecoturismo y desarrollo comunitario, beneficiando tanto al medio ambiente como a las comunidades locales. Los turistas pueden participar en actividades de conservación y aprender sobre prácticas sostenibles. Existen también redes de turismo comunitario que conectan a las comunidades con turistas interesados en experiencias auténticas y sostenibles, promoviendo el desarrollo económico y la preservación cultural.

La colaboración en lugar de la competencia, propicia niveles mayores de resultados y multiplica los impactos. Algunos ejemplos de esta colaboración se dan en las campañas de comunicación del destino, bajo una imagen de marca con atributos que representen la comunidad.

El desarrollo del turismo comunitario también implica retos; entre ellos, la necesidad de mantener observatorios o sistemas de inteligencia turística que permitieran medir, evaluar y monitorear el turismo en un área determinada, poniendo la tecnología como elemento importante para el fortalecimiento del trabajo comunitario. Constituye un reto también mantener la esencia de lo que se conoce como turismo comunitario y que dista de ir a visitar una comunidad como parte de un tour guiado, sin que los miembros de la comunidad estén directamente vinculados en el servicio. De igual forma las vías para resolver problemas de abastecimiento e infraestructuras de ocio en una comunidad y la importancia de estudiar correctamente el comportamiento de la demanda, en aras de gestionar la logística empresarial en un contexto cambiante debe ser objeto de atención en los estudios del turismo.

En Cuba se han dado varios pasos para lograr un desarrollo turístico local sostenible. Se han emitido regulaciones a nivel municipal que empoderan a los gobiernos locales en términos de turismo, sin embargo, se ha identificado la necesidad de formar a estos tomadores de decisiones y a los propios miembros de la comunidad de acogida. Las sinergias entre actores han avanzado mucho entre los actores privados, no obstante, la cooperación público-privada va mucho más lenta. Es necesario buscar nuevas formas de integración que permitan, dentro de los marcos legales, hacer frente a los principales problemas que enfrenta el turismo que se desarrolla en los contextos comunitarios como el

aseguramiento logístico de la actividad, la diversificación de productos, la calidad de los servicios, así como el hacer frente a las campañas de descrédito del destino que complejizan la comercialización del mismo ya perjudicada por las políticas del Gobierno de los Estados Unidos contra Cuba; a la vez que contribuyen a resolver las problemáticas económicas, sociales y medioambientales de las comunidades cubanas, rurales y urbanas.

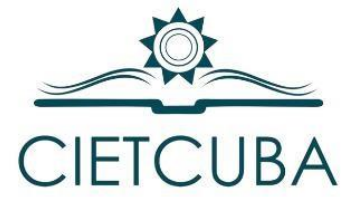
Son las comunidades cubanas las principales poseedoras de los recursos naturales y culturales del país, las cuales, a través de sus tradiciones y modos de hacer, pueden poner el patrimonio natural y antrópico, tangible e intangible en valor turístico una vez estudiada la demanda.

Quedan como principales retos en función del desarrollo del turismo comunitario evitar la sobrecarga turística, mantener la transparencia en los procesos de distribución de beneficios y participación de la comunidad; así como la gestión de riesgos y la adaptación al cambio climático contando a nivel local con estrategias de resiliencia y mitigación.

Para concluir, el turismo comunitario ofrece una vía efectiva para la promoción del desarrollo sostenible. La innovación y la colaboración son esenciales para maximizar los beneficios sociales, económicos y medioambientales de este tipo de turismo. Las buenas prácticas y ejemplos internacionales proporcionan valiosas lecciones y modelos a seguir.

El futuro del turismo comunitario es prometedor e implica un compromiso continuo hacia la sostenibilidad y la equidad, podemos asegurar que este modelo de turismo no solo beneficia a las comunidades locales, sino que también constituye un paradigma a seguir. En el marco de CIETCUBA 2024 se abordarán diferentes enfoques del turismo comunitario, esperamos que este espacio inspire a investigadores y gestores para apoyar y promover el turismo desde y para la comunidad.

MUCHAS GRACIAS



SECCIÓN 1: CONFERENCIA S



SECCIÓN 1: CONFERENCIAS

ADVANCING COMMUNITY-BASED TOURISM. LEGITIMIZATION AND INNOVATION

Dr. Andrea Giampiccoli. Durban University of Technology

Department of Hospitality and Tourism, Durban, South Africa

Community-based tourism (CBT) is no longer a new type of tourism, as it is now a widespread and common type of tourism, especially in developing contexts. However, there exists confusion about CBT definitions, its management and strategies. The concept and practices of CBT are diverse, making CBT a contested tourism approach and weakening its CBT image and reputation. Increasing the legitimization and improving the image of CBT are important in overcoming the negative and confusing milieu surrounding it. In addition, it is necessary for CBT to increase its value in relation to community involvement, as more community members should be involved in CBT. To achieve these two aims, I put forward two propositions.

Firstly, it is important to establish a classification and rating system for CBT ventures. The classification system will indicate the adherence of a CBT venture to CBT principles and, secondly, the rating system will indicate the quality/standard of the CBT venture. These proposed CBT classification and rating systems will contribute to enhancing the CBT image by indicating the expected quality standards and indicating the level of adherence to CBT principles. Visitors to a CBT venture will be able to choose a CBT venture or project more confidently and better align their expectations of the CBT venture.

On top of the agenda, I propose a specific model of CBT named Community-based diffused tourism (CBDT) which includes elements of CBT and of 'Albergo Diffuso' type of tourism business. In CBDT, disadvantaged members of society can pool together their resources by hosting tourists in various 'locations' (for

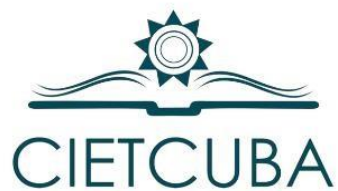
example, different buildings) forming specific ‘diffused’ CBT areas such as neighbourhood-based CBDT or Street-based CBDT (or covering various flats of an apartment block). This proposed new type of tourism – CBDT – has the potential to allow more disadvantaged people to be involved in tourism as they pool their resources and effort to establish their own CBDT ventures.

TURISMO DE SALUD Y BIENESTAR: UN ACERCAMIENTO INNOVADOR DESDE LAS COMUNIDADES ANFITRIONAS DEL TURISMO

Martha Omara Robert Beatón

Doctora en Ciencias Económicas, Profesora Facultad de Turismo, Universidad de La Habana, La Habana, Cuba. omara.robert73@gmail.com

La presente investigación tiene como objetivo reconocer desde una mirada retrospectiva al turismo de salud y bienestar, partiendo de adentrarse en sus singularidades desde la génesis de su concepto y los paradigmas que lo definen, cómo han evolucionado a lo largo del tiempo, determinado por las motivaciones de viaje, principales actividades y experiencias que van mucho más allá de visitar una fuente termal y hacer retiros de bienestar, dependiendo del lugar al que se viaje: es disfrutar de la naturaleza, conectar con la cultura local, y participar de actividades enriquecedoras para el cuerpo, el alma y la mente. Sustentado en los estudios realizados por la Catedra” Dr. Víctor S. Santamaría Salanueva, de la Facultad de Turismo de la Universidad de La Habana, que se apoya para el logro de los resultados en herramientas, métodos a nivel teóricos y empíricos como: el análisis bibliográfico, análisis documental, la estadística descriptiva, DAFO, inventario de recursos y el benchmarking. Los cuales han permitido reflexionar sobre estas cuestiones generales y hacer un recorrido hacia los principales destinos emisores – receptores y sus tendencias a nivel internacional; hasta llegar a las potencialidades que posee el destino Cuba y sus comunidades anfitrionas, los retos para enfrentar este segmento de mercado; así como las principales zonas, territorios y localidades en desarrollo de esta modalidad, los productos comercializados y su comportamiento.



SECCIÓN 2:

III ENCUENTRO DE ESTUDIANTES DE TURISMO



SECCIÓN 2: III ENCUENTRO DE ESTUDIANTES DE TURISMO

EL HABANO COMO PATRIMONIO: PROPUESTA DE UN PRODUCTO TURÍSTICO COMUNITARIO EN UN VEHÍCULO TEMÁTICO

Alvis Elier Martin González

Estudiante de Segundo Año de la Facultad de Turismo Universidad de La Habana

alvis15martingonzalez@gmail.com

RESUMEN

El patrimonio cubano es un elemento importante en la Isla, siendo una de las principales atracciones para el turista. El objetivo de este trabajo es utilizar el valor patrimonial del Habano como producto turístico comunitario desde un vehículo temático monoplaza impulsado por pedales con forma de tabaco. Este vehículo de cuatro gomas, cuya decoración y textura simulan la de un Habano, emplea un funcionamiento similar a la bicicleta y está fabricado con materiales reutilizables. Se definió un recorrido por el Centro Histórico de La Habana Vieja el cual incluye lugares emblemáticos cuyas tradiciones permitan al cliente conocer el patrimonio cultural cubano, complementado con otros servicios como la confección de souvenirs por artistas de la plástica que crean un valor agregado al producto principal. El diseño y fabricación del vehículo temático es identificado bajo la marca “MARTÍN MÓVIL” creada y patentada por el autor ante la Oficina Cubana de la Propiedad Industrial (OCPI) en julio de 2024. El vehículo que representa el Habano difunde el patrimonio cultural cubano. Se presenta como una oportunidad innovadora y atractiva para el turismo circular. Constituye una potencialidad que genera beneficios económicos y promueve calidad de vida y el desarrollo turístico sostenible.

PALABRAS CLAVES: PATRIMONIO, TURISMO, TABACO, VEHÍCULO TEMÁTICO.

ABSTRACT

Cuban heritage is an important element in the Island, being one of the main attractions for tourists. The objective of this work is to use the heritage value of the Habano as a community tourism product from a singleseat thematic vehicle driven by tobacco-shaped pedals. This four-rubber vehicle, whose decoration and texture simulate that of a Habano cigar, works similarly to a bicycle and is made of reusable materials. A tour of the Historic Center of Old Havana was defined, which includes emblematic places whose traditions allow the client to learn about Cuba's cultural heritage, complemented with other services such as the making of souvenirs by plastic artists who create an added value to the main product. The design and manufacture of the thematic vehicle is identified under the trademark "MARTÍN MÓVIL" created and patented by the author before the Cuban Industrial Property Office (OCPI) in July 2024. The Habanoshaped vehicle disseminates Cuba's cultural heritage. It is presented as an innovative and attractive opportunity for sustainable tourism. It constitutes a potential that generates economic benefits and promotes quality of life and sustainable tourism development.

KEYWORDS: HERITAGE, TOURISM, TOBACCO, THEMATIC VEHICLE.

DISEÑO DEL PRODUCTO TURÍSTICO: CATALUÑA EN LA HABANA

Joelmi Mariela Ulloa Ferreiro

Estudiante de Licenciatura en Turismo, Facultad de Turismo, Universidad de La Habana.

mariela.ulloaf2005@gmail.com

Alejandro Montesino Pérez

Estudiante de la Licenciatura en Turismo, Facultad de Turismo, Universidad de La Habana.

amontesino642@gmail.com

MSc. Yoan Hernández Flores.

Jefe Departamento Viajes, Facultad de Turismo, Universidad de La Habana, La Habana, Cuba.

yoan961122@gmail.com

RESUMEN

El desarrollo de La Habana como un producto turístico cultural altamente diferenciado, junto con la creación de una imagen turística asociada, permitiría diversificar la oferta del destino. Entre los elementos que subrayan la importancia patrimonial de La Habana destacan principalmente aquellos vinculados al período de colonización española. Precisamente, una de las etnias con gran influencia en el patrimonio de la ciudad es la catalana, aunque su potencial turístico no ha sido plenamente explotado. Con base en esta premisa, se plantea como objetivo general de la investigación diseñar un producto turístico que revitalice la cultura catalana en la zona turística del Centro Histórico de La Habana. Para lo cual se utilizó una metodología de tipo mixta (aplicándose métodos cualitativos y estadísticos) y exploratoria. Se aplicaron diferentes métodos científicos, entre los que destacan PESTA, las cinco fuerzas de Porter,

marketing mix y el modelo CANVA. Entre los principales resultados, está el diseño del producto turístico tipo viajes Cataluña en La Habana el cual enaltece diferentes recursos importantes vinculados a la huella catalana. Además, se determinó una ruta a seguir para la puesta en marcha del proyecto, con plazos definidos. La importancia de la investigación radica en que permitió identificar y documentar diversos recursos y atractivos turísticos vinculados a la herencia catalana en el Centro Histórico de La Habana. El proyecto no solo enriquece la oferta turística de La Habana, sino que también fomenta el desarrollo de un turismo cultural más diversificado y sostenible.

PALABRAS CLAVES: TURISMO CULTURAL; HUELLA CATALANA; DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS; EXCURSIÓN TURÍSTICA; LA HABANA.

ABSTRACT

The development of Havana as a highly differentiated cultural tourism product, along with the creation of an associated tourist image, would allow for the diversification of the destination's offerings. Among the elements that underscore Havana's heritage significance, those linked to the period of Spanish colonization stand out. Specifically, one of the ethnic groups with significant influence on the city's heritage is the Catalan, although its tourism potential has not been fully exploited. Based on this premise, the general objective of the research is to design a tourism product that revitalizes Catalan culture in the tourist area of Old Havana. A mixed and exploratory methodology was used to achieve this, applying both qualitative and statistical methods. Various scientific methods were employed, including PESTA, Porter's Five Forces, marketing mix, and the CANVAS model. Among the main results is the design of the tourism product called "Catalonia in Havana Tours," which highlights different important resources linked to the Catalan footprint. Additionally, a roadmap with defined timelines was established for the project's implementation. The importance of the research lies in its ability to identify and document various resources and tourist attractions linked to Catalan heritage in Old Havana. The project not only enriches Havana's tourism offerings but also promotes the development of a more diversified and sustainable cultural tourism.

KEYWORDS: CULTURAL TOURISM; CATALAN FOOTPRINT; TOURISM PRODUCT DESIGN; TOUR EXCURSION; HAVANA.

PROPUESTA DE LA OFERTA TURÍSTICA LOS SECRETOS DE VIÑALES

Ananda Díaz López.

Estudiante de Licenciatura en Turismo. Facultad de Turismo, Universidad de La Habana.

anandadiazlopez@gmail.com Gabriela Carbonell Ávila.

Estudiante de Segundo Año de Licenciatura en Turismo. Facultad de Turismo, Universidad de La Habana.

gabrielacarbonell527@gmail.com

Ronaldo Dubán Esquivel Cuevas.

Estudiante de Segundo Año de Licenciatura en Turismo. Facultad de Turismo, Universidad de La Habana.

ronaldoesquivel77777@gmail.com

RESUMEN

Viñales, reconocido por sus atractivos naturales y culturales, ha proyectado su producto hacia el turismo de naturaleza y aventuras. Sin embargo, se evidencian rasgos propios de la etapa de declive del ciclo de vida del destino, debido a la no diversificación de la oferta y la subutilización de los recursos existentes. La presente investigación se desarrolló con el objetivo de diseñar una innovadora oferta turística que aumente el número de visitantes y pernoctaciones en Viñales. Para ello, se realizó un estudio de los principales problemas presentes en el desarrollo del turismo en el municipio mediante el intercambio con visitantes y pobladores. La propuesta se basó en los resultados del análisis situacional,

donde se tuvieron en cuenta los elementos del macroentorno y el microentorno, así como los segmentos de demanda objetivos. Se determinó la edificación del campamento de glamping “Los Secretos de Viñales” que, gestionado por Cubanacan Hoteles, facilitará una experiencia integradora de los valores naturales y culturales locales, y destacará por sus prácticas sostenibles. Se incentivarán las estancias largas con la venta de excursiones que incluyen la visita a atractivos poco comercializados actualmente, así como con actividades recreativas y la celebración de eventos en la propia instalación. Se definió el Marketing Mix del producto y se señalaron las estrategias a seguir para su introducción en el mercado. La distribución indirecta será selectiva, con la agencia de viajes Ecotur S.A. como intermediaria y la promoción tendrá especial importancia. Se determinó la factibilidad social, comercial y económica del proyecto, con resultados positivos.

PALABRAS CLAVES: OFERTA TURÍSTICA, VIÑALES, TURISMO DE NATURALEZA, GLAMPING,

SOSTENIBILIDAD, DESARROLLO LOCAL

ABSTRACT

Viñales, renowned for its natural and cultural attractions, has marketed its product towards nature and adventure tourism. However, signs of the decline stage of the destination's life cycle are evident due to the lack of diversification in the offer and the underutilization of existing resources. This research was conducted with the aim of designing an innovative tourist offer that would increase the number of visitors and overnight stays in Viñales. To achieve this, a study of the main problems in the development of tourism in the municipality was carried out through exchanges with visitors and locals. The proposal was based on the results of the situational analysis, considering elements of the macroenvironment and microenvironment as well as the target demand segments. The construction of the glamping camp "Los Secretos de Viñales" was determined, which, managed by Cubanacan Hoteles, will facilitate an integrative experience of local natural and cultural values and will stand out for its sustainable practices. Long stays will be encouraged with the sale of excursions that include visits to attractions currently under-commercialized, as well as recreational activities and

the celebration of events at the facility itself. The Marketing Mix of the product was defined and the strategies to follow for its introduction into the market were outlined. Indirect distribution will be selective, with the travel agency Ecotur S.A. as an intermediary, and promotion will be of particular importance. The social, commercial, and economic feasibility of the project was determined, with positive results.

KEYWORDS: TOURIST OFFER, VIÑALES, NATURE TOURISM, GLAMPING, SUSTAINABILITY, LOCAL DEVELOPMENT

TRAS LA HUELLA DE MARTÍ: UN CAMINO DE INSPIRACIÓN. ANÁLISIS GEOGRÁFICO DEL PATRIMONIO VINCULADO AL APÓSTOL

Bábara Alarcón Barreiro

Estudiante de Segundo Año de la Facultad de Turismo, Universidad de La Habana. barbaraalarconbarreiro04@gmail.com Ronaldo Dubán Esquivel Cuevas.

Estudiante de Segundo Año de la Facultad de Turismo, Universidad de La Habana Aridai Prada Mendoz.

Estudiante de Segundo Año de la Facultad de Turismo, Universidad de La Habana

RESUMEN

La Habana, capital de Cuba, es un destino popular por su encanto colonial y arquitectura, que atrae a millones de visitantes. Su combinación de naturaleza exuberante y hermosas playas se complementa con una rica historia. Sin embargo, hay aspectos valiosos, como el legado de personalidades históricas, que no han sido completamente aprovechados, entre ellos José Martí. Su influencia se refleja en la cultura local a través de lugares históricos, eventos culturales y expresiones artísticas. A partir de esta problemática, se plantea el siguiente Problema de Investigación: ¿Cómo diversificar la oferta turística en La

Havana utilizando los recursos relacionados a la figura de José Martí? El Objetivo General es diseñar una propuesta de uso funcional turístico que considere los recursos vinculados a la vida y obra de José Martí en La Habana. Para el desarrollo de la investigación se empleó una metodología mixta que incluyó métodos teóricos como análisis-síntesis, inducción-deducción e histórico-lógico, así como métodos empíricos como observación sistemática y análisis de contenido. Este enfoque busca no solo resaltar la figura de Martí, sino también enriquecer la experiencia turística en La Habana, promoviendo un mayor conocimiento y apreciación de su legado cultural.

PALABRAS CLAVE: PROPUESTA, USO TURÍSTICO, JOSÉ MARTÍ.

ABSTRACT

Havana, the capital of Cuba, is a popular destination known for its colonial charm and architecture, attracting millions of visitors. Its combination of lush nature and beautiful beaches is complemented by a rich history. However, valuable aspects such as the legacy of historical figures, including José Martí, have not been fully leveraged. His influence is reflected in the local culture through historical sites, cultural events, and artistic expressions. From this issue arises the following Research Problem: How to diversify the tourism offer in Havana using resources related to the figure of José Martí? The General Objective is to design a functional tourist use proposal that considers the resources linked to the life and work of José Martí in Havana. A mixed methodology was used for the research, including theoretical methods such as analysis-synthesis, inductiondeduction, and historical-logical, as well as empirical methods like systematic observation and content analysis. This approach seeks not only to highlight Martí's figure but also to enrich the tourist experience in Havana, promoting greater knowledge and appreciation of his cultural legacy.

KEYWORDS: PROPOSAL, TOURISM USE, JOSÉ MARTÍ.

DISEÑO DE UN EVENTO TURÍSTICO DE BIENESTAR PARA EL MUNICIPIO PLAYA, LA HABANA

Rocío Celia Redero Orozco.

Estudiante de la Facultad de Turismo. Universidad de La Habana.

rocio.redero04@gmail.com Melissa Bedia González.

Estudiante de la Facultad de Turismo. Universidad de La Habana.

bediamelissa@gmail.com

MSc. Yoan Hernández Flores.

Profesor de la Facultad de Turismo. Universidad de La Habana.

yoan961122@gmail.com

RESUMEN

El marketing turístico se enfoca en promover destinos y experiencias a través de estrategias adaptadas a las necesidades del mercado. El diseño de productos turísticos utiliza el marketing mix, que incluye producto, precio, distribución y promoción, para crear ofertas atractivas y efectivas. La investigación en cuestión tiene como objetivo diseñar un evento turístico centrado en el bienestar en el municipio Playa, para atraer a turistas interesados en experiencias integrales de bienestar. La metodología de investigación se desarrolló en cuatro fases: 1) Preparatoria mediante análisis documental y tormenta de ideas; 2) Análisis de la situación con estudios del macro y microentorno usando métodos como PESTA y las Cinco Fuerzas de Porter; 3) Conceptualización donde se procesaron cuestionarios, se realizó segmentación de demanda con análisis de clúster jerárquico; y 4) Diseño de la oferta utilizando el marketing mix para definir el evento. Los principales resultados muestran que el evento "Ecos de Bienestar", previsto para el 15-17 de agosto de 2024, está diseñado para dos segmentos: "Jóvenes amantes del bienestar" y "Mujeres Wellness". Se identificó una alta

demanda de experiencias personalizadas que combinan bienestar y cultura. El análisis reveló que el mercado tiene un creciente interés en turismo sostenible y bienestar, lo que ofrece oportunidades para eventos que integren estas temáticas. El evento será promovido mediante una estrategia integral que incluye campañas de influencers, publicidad en redes sociales, y colaboraciones con empresas. Se buscará una distribución a través de Havanatur y una estrategia de precios basada en costos detallados. Esta propuesta busca llenar un nicho en el mercado local, ofreciendo experiencias únicas y diferenciadas en el ámbito del turismo de bienestar.

PALABRAS CLAVES: PLAYA, MARKETING TURÍSTICO, MARKETING MIX, EVENTO TURÍSTICO DE

BINESTAR, AGENCIA DE VIAJES HAVANATUR

ABSTRACT

Tourism marketing focuses on promoting destinations and experiences through strategies adapted to market needs. Designing tourism products uses the marketing mix—which includes product, price, distribution, and promotion—to create attractive and effective offers. The research aims to design a wellness tourism event in the Playa municipality to attract tourists interested in comprehensive wellness experiences. The research methodology was developed in four phases: 1) Preparatory, through document analysis and brainstorming; 2) Situation Analysis, using macro and microenvironment studies with methods like PESTA and Porter’s Five Forces; 3) Conceptualization, where questionnaires were processed, and demand segmentation was carried out using hierarchical cluster analysis; and 4) Offer Design, utilizing the marketing mix to define the event. Key findings show that the “Ecos de Bienestar” event, scheduled for August 15-17, 2024, is designed for two segments: „Wellness-Loving Young Adults “and „Wellness Women. “There is a high demand for personalized experiences combining wellness and culture. The analysis revealed growing interest in sustainable tourism and wellness, presenting opportunities for events integrating these themes. The event will be promoted through an integrated strategy including influencer campaigns, social media advertising, and collaborations with companies. Distribution will be handled through Havanatur,

and a pricing strategy based on detailed cost analysis will be employed. This proposal aims to fill a local market niche by offering unique and differentiated experiences in wellness tourism.

KEYWORDS: PLAYA, TOURISTIC MARKETING, MARKETING MIX, WELLNESS EVENT, HAVANATUR TRAVEL AGENCY.

ACCIONES PARA LA GESTIÓN DEL PRODUCTO TURÍSTICO TERRITORIAL EN SANTIAGO DE CUBA SEGÚN SU NIVEL DE DESARROLLO

Adianez Jaime Oliva.

Facultad de Turismo. Universidad de La Habana.

adianezjaime20@gmail.com

MSc. Yoan Hernández Flores.

Profesor Facultad de Turismo. Universidad de La Habana.

yoan961122@gmail.com

RESUMEN

Recientemente se ha reconocido la importancia del papel de los territorios en la organización y gestión de la actividad turística. El análisis detallado de variables e indicadores que describen la evolución de los destinos es fundamental para diagnosticar su estado de desarrollo y contribuir a una planificación más efectiva orientada al logro de objetivos específicos. Es por ello que, desde la academia se han llevado a cabo investigaciones que puedan aportar a la mejora de la competitividad. En este escenario, y como parte del proyecto PS256LH-001-002: Desarrollo y Competitividad del producto turístico cubano se desarrolla la presente investigación, con el objetivo de proponer acciones de mejora adaptadas a las necesidades y potencialidades del destino turístico Santiago de

Cuba en base a su nivel de desarrollo. La metodología empleada en esta investigación constó de tres fases, que incluyeron métodos teóricos, análisis estadísticos matemáticos y diversas técnicas e instrumentos como: criterios de expertos, revisión bibliográfica, entrevistas y encuestas. Dentro de los principales resultados obtenidos está la actualización de la caracterización del destino turístico Santiago de Cuba y un grupo de 30 acciones a implementar. En el proceso se evaluaron 16 variables y 17 indicadores que, en conjunto, permitieron establecer un índice global para determinar el nivel de desarrollo del destino como producto turístico territorial, mediante adaptaciones al Modelo Trifásico de Desarrollo. El análisis final realizado proporciona una visión clara sobre la necesidad de ajustar las estrategias de los actores turísticos para avanzar hacia una fase de desarrollo turístico superior en el destino.

PALABRAS CLAVES: SANTIAGO DE CUBA; DESTINO TURÍSTICO; NIVEL DE DESARROLLO; VARIABLES E INDICADORES; ACCIONES.

ABSTRACT

Recently, the importance of understanding the role of territories in the organization and management of tourism activity has been recognized. A detailed analysis of variables and indicators describing the evolution of destinations is essential to diagnose their development status and contribute to more effective planning aimed at achieving specific objectives. That is why, from academia, research has been developed to contribute to improving competitiveness. In this scenario, and as part of project PS256LH-001-002: Development and Competitiveness of the Cuban tourist product, the present research is being conducted with the aim of proposing strategic actions adapted to the needs and potential of the Santiago de Cuba tourist destination based on its level of development. The methodology used in this research consisted of three phases, including theoretical methods, statistical-mathematical analysis, and various techniques and instruments such as expert criteria, literature review, interviews, and surveys. Among the main results obtained is the updating of the characterization of the Santiago de Cuba tourist destination and a set of 30 actions to be implemented. In the process, 16 variables and 17 indicators were evaluated, which together allowed establishing a global index to determine the

level of development of the destination as a territorial tourist product, through adaptations to the Triphasic Development Model. The final analysis provides a clear insight into the need to adjust the strategies of tourism stakeholders to move towards a higher level of tourism development in the destination

KEYWORDS: SANTIAGO DE CUBA; TOURIST DESTINATION; LEVEL OF DEVELOPMENT; VARIABLES AND INDICATORS; ACTIONS.

PAUTAS PARA LA MEJORA DE LA GESTIÓN TURÍSTICA DEL DESTINO LA HABANA

Alejandro Montesino Pérez.

Estudiante de la Licenciatura en Turismo, Facultad de Turismo, Universidad de La Habana, Cuba.

amontesino642@gmail.com

Yoan Hernández Flores

Jefe Departamento Viajes, Facultad de Turismo, Universidad de La Habana, La Habana, Cuba.

yoan961122@gmail.com

RESUMEN

La gestión de los destinos ha sido una de las aristas más estudiadas desde la academia a nivel internacional. En los últimos años se ha reconocido la necesidad de gestionar desde los territorios la actividad, logrando con ello articular un número importante de actores en pos de lograr la mayor coherencia oferta-demanda en estos espacios. En este sentido Cuba ha apostado por el desarrollo de nuevos programas de ciencia e innovación que aporten soluciones innovadoras en el mediano plazo. La presente investigación tiene como objetivo proponer las pautas para la mejora de la gestión del destino La Habana, como producto turístico territorial, a partir de un estudio previo de su nivel de desarrollo.

Con el uso de varias herramientas como la revisión documental, entrevistas a expertos y grupos focales se realiza la propuesta de seis estrategias básicas a partir del estado actual de la gestión en el destino. Lo anterior constituye un punto de inicio para el trabajo de los actores y gestores en el territorio en aras de transitar hacia un estado de mayor desarrollo y con ello alcanzar impactos significativos dentro de la economía cubana.

PALABRAS CLAVES: GESTIÓN; DESTINOS; DESARROLLO; LA HABANA; ECONOMÍA CUBANA

ABSTRACT

Destination management has been one of the most studied areas from academia at an international level. In recent years, the need to manage the activity from the territories has been recognized, thereby managing to articulate a significant number of actors in order to achieve greater supply-demand coherence in these spaces. In this sense, Cuba has opted for the development of new science and innovation programs that provide innovative solutions in the medium term. The objective of this research is to propose guidelines for improving the management of the Havana destination, as a territorial tourism product, based on a previous study of its level of development. With the use of several tools such as documentary review, interviews with experts and focus groups, the proposal of 6 basic strategies is made based on the current state of management in the destination. The above constitutes a starting point for the work of the actors and managers in the territory in order to move towards a state of greater development and thereby achieve significant impacts in the Cuban economy.

KEYWORDS: MANAGEMENT; DESTINATIONS; DEVELOPMENT; HAVANA; CUBAN ECONOMY.

DEFINICIÓN DE UNA PROPUESTA DE USO FUNCIONAL TURÍSTICO PARA POTENCIAR EL TURISMO EN LAS TERRAZAS

Chabely Chacón León

Estudiante de 3er Año, Facultad de Turismo, Universidad de La Habana

chabelychacon2003@gmail.com

Jorge Félix Quintana Cala

Estudiante de 1er año, Facultad de Turismo, Universidad de La Habana

jorgefelixquintanacala@gmail.com

Sandro Felipe Acosta Mesa

Estudiante de 3er año, Facultad de Turismo, Universidad de La Habana

sandrofelipecostamesa@gmail.com

RESUMEN

En la actualidad, la actividad turística en Cuba está experimentando cambios hacia la diversificación de su oferta, en respuesta a las cambiantes motivaciones de viaje de los turistas, que cada vez muestran un mayor interés en los valores naturales y culturales. Un caso emblemático de estos valores es el complejo turístico Las Terrazas que ha ganado reconocimiento por su entorno natural y herencia cultural. A pesar de su atractivo, el complejo aún enfrenta desafíos en términos de variedad en su oferta turística comparado con destinos cercanos, como La Habana y Viñales. En este sentido surge la presente investigación que tiene como objetivo definir una propuesta de uso funcional turístico para potenciar el turismo en el complejo turístico Las Terrazas, a partir de un análisis de recursos y atractivos que tengan amplia vinculación con lo natural, histórico y cultural del complejo. La metodología aplicada combina el uso de diferentes métodos, técnicas y herramientas, como el análisis documental, el método analítico-sintético, entrevista no estructurada, tormenta de ideas, métodos

estadístico matemáticos y la aplicación de un Focus Group. Ello permitió a los autores la definición de una propuesta sostenible, que se basa en dos modalidades turísticas específicas, cada una con dos actividades relacionadas, y en identificar las fortalezas y debilidades de cada recurso para su implementación práctica. La puesta en marcha de esta propuesta impulsa el desarrollo económico y genera beneficios tanto para los turistas como para la comunidad local.

PALABRAS CLAVES: LAS TERRAZAS, ACTIVIDAD TURÍSTICA, HERENCIA CULTURAL, ENTORNO

NATURAL, MODALIDADES

ABSTRACT

Currently, tourism in Cuba is undergoing changes towards diversification of its offer, in response to the changing travel motivations of tourists, who are increasingly interested in natural and cultural values. An emblematic case of these values is the Las Terrazas Tourist Complex, which has gained recognition for its natural environment and cultural heritage. Despite its attractiveness, the Complex still faces challenges in terms of variety in its tourist offer compared to nearby destinations, such as Havana and Viñales. In this sense, the present research aims to define a proposal for the functional use of tourism to enhance tourism in the Las Terrazas Tourist Complex, based on an analysis of resources and attractions that are closely linked to the natural, historical and cultural aspects of the complex. The methodology applied combines the use of different methods, techniques and tools, such as documentary analysis, the analytical-synthetic method, unstructured interview, brainstorming, mathematical statistical methods and the application of a Focus Group. This allowed the authors to define a sustainable proposal, based on two specific tourism modalities, each with two related activities, and to identify the strengths and weaknesses of each resource for its practical implementation. The implementation of this proposal boosts economic development and generates benefits for both tourists and the local community.

KEYWORDS: LAS TERRAZAS, TOURIST ACTIVITY, CULTURAL HERITAGE, NATURAL ENVIRONMENT, MODALITIES

LINEAMIENTOS GENERALES PARA EL RESCATE DE MADRUGA COMO PUEBLO DE INTERÉS TURÍSTICO

Alba Sáliva Pérez.

Estudiante de Primer Año. Facultad de Turismo, Universidad de La Habana
salivaperezalba@gmail.com Katherine Escuela Varona.

Estudiante de Primer Año. Facultad de Turismo, Universidad de La Habana.
mavisvarona.hc@gmail.com

Loslen de la Caridad González Arias.

Estudiante de Primer Año. Facultad de Turismo, Universidad de La Habana.
ioslengonzalez@gmail.com

RESUMEN

Madrugá tiene sus antecedentes ligados a la balneoterapia, los cuales, sumados a los recursos naturales e histórico-culturales que atesora, ofrecen un valor añadido a la comunidad. La presente investigación tiene como objetivo establecer lineamientos generales para el diseño de una estrategia que tribute al rescate de Madrugá como pueblo de interés turístico. Se emplearon como principales métodos durante esta investigación cualitativa el histórico-lógico, el analítico-sintético y el hipotético-deductivo, apoyados en herramientas y técnicas como las entrevistas y la matriz DAFO. Los resultados del estudio revelaron que existe un elevado potencial turístico en el territorio, pero deben ser corregidas las debilidades detectadas para un adecuado despliegue del turismo. En el presente trabajo se realiza una propuesta integral, con líneas de acción dirigidas

al estímulo del desarrollo local del municipio, reportando beneficios no sólo para la comunidad, sino para la provincia en general. Estos lineamientos constituyen los antecedentes de futuras estrategias y tácticas para el rescate de Madruga como pueblo de interés turístico.

PALABRAS CLAVES: BALNEOTERAPIA, TURISMO, TURISMO DE BIENESTAR, DESARROLLO

SOSTENIBLE, PUEBLOS TURÍSTICOS, DESARROLLO LOCAL

ABSTRACT

Madruga has its history linked to balneotherapy, which, added to the natural and historical-cultural resources that it treasures, offer added value to the community. The objective of this research is to establish general guidelines for the design of a strategy that contributes to the rescue of Madruga as a town of tourist interest. Historical-logical, analytical-synthetic and hypothetical-deductive methods were used as the main methods during this qualitative research, supported by tools and techniques such as interviews and the SWOT matrix. The results of the study revealed that there is a high tourism potential in the territory, but the weaknesses detected must be corrected for an adequate deployment of tourism. In this work, a comprehensive proposal is made, with lines of action aimed at stimulating the local development of the municipality, reporting benefits not only for the community, but for the province in general. These guidelines constitute the background of future strategies and tactics for the rescue of Madruga as a town of tourist interest.

KEYWORDS: BALNEOTHERAPY, TOURISM, WELLBEING TOURISM, SUSTAINABLE DEVELOPMENT, TOURIST VILLAGES, LOCAL DEVELOPMENT

LA TALASOTERAPIA COMO PRODUCTO DIVERSIFICADOR Y DINAMIZADOR DE LA OFERTA DE HABANA DEL ESTE

Katherine Escuela Varona.

Estudiante de Primer Año. Facultad de Turismo, Universidad de La Habana.

mavisvarona.hc@gmail.com

Ebersy Elizabeth García Aguirre.

Estudiante de Primer Año. Facultad de Turismo, Universidad de La Habana.

garciaebersyg@gmail.com Alba Sáliva Pérez.

Estudiante de Primer Año. Facultad de Turismo, Universidad de La Habana.

salivaperezalba@gmail.com

RESUMEN

La Talasoterapia, entendida como terapia con agua marina, es una práctica milenaria que ha evolucionado en cuanto a técnicas, tecnologías y enfoques, convirtiéndose actualmente en un efectivo mecanismo de promoción turística para las zonas del litoral. Cuba, isla de clima tropical rodeada de mar, posee un gran potencial para desarrollar esta actividad en zonas costeras como Habana del Este. Por ende, dicha investigación asumió como propósito fundamentar la efectividad de la talasoterapia como producto diversificador y dinamizador de la oferta en Habana del Este. La trayectoria metodológica se dividió en tres fases con etapas cada una. La primera fase consistió en una profunda consulta bibliográfica de familiarización temática. En la segunda fase se realizó un acercamiento y diagnóstico de los problemas territoriales. Se aplicaron métodos empíricos, concretamente un cuestionario para conocer la perspectiva de la comunidad y entrevistas a expertos para indagar en los antecedentes sobre talasoterapia en el territorio. El posterior análisis estadístico-matemático de estos métodos llevó a la formulación de la situación problémica. Se concretaron como problemas el deterioro integral del destino y la escasa diversificación de la oferta turística, contribuyendo a la inexistencia de productos de talasoterapia. En la última etapa se diseñó un sistema de pautas para implementar esta actividad mediante dos objetivos específicos: evaluar la disponibilidad de recursos y el

interés de los stakeholders. Se concluyó entonces, que la talasoterapia puede constituir un producto que diversifique la oferta y propicie el desarrollo sostenible; a partir de las potencialidades que presenta el territorio para su implementación

PALABRAS CLAVES: TURISMO, TALASOTERAPIA, DESARROLLO SOSTENIBLE, ESTRATEGIA, HABANA DEL ESTE

ABSTRACT

Thalassotherapy, understood as seawater therapy, is an ancient practice that has evolved in terms of techniques, technologies and approaches, currently becoming an effective tourism promotion mechanism for coastal areas. Cuba, an island with a tropical climate surrounded by sea, has great potential to develop this activity in coastal areas such as Eastern Havana. Therefore, the purpose of this research was to establish the effectiveness of thalassotherapy as a diversifying and energizing product of the offer in Eastern Havana. The methodological trajectory was divided into three phases with stages each. The first phase consisted of an in-depth bibliographic consultation for thematic familiarization. In the second phase, an approach and diagnosis of territorial problems was carried out. Empirical methods were applied, specifically a questionnaire to learn the community's perspective and interviews with experts to investigate the history of thalassotherapy in the territory. The subsequent statistical-mathematical analysis of these methods led to the formulation of the problem situation. The integral deterioration of the destination and the poor diversification of the tourist offer were identified as problems, contributing to the non-existence of thalassotherapy products. In the last stage, a system of guidelines was designed to implement this activity through two specific objectives: evaluate the availability of resources and the interest of stakeholders. It was then concluded that thalassotherapy can constitute a product that diversifies the offer and promotes sustainable development; based on the potential that the territory presents for its implementation

KEYWORDS: TOURISM, THALASSOTHERAPY, SUSTAINABLE DEVELOPMENT, STRATEGY, EASTERN HAVANA

VALOR DE LA MARCA TURÍSTICA DEL DESTINO LA HABANA: UN ANÁLISIS DESDE LOS VISITANTES

Rocío Celia Redero Orozco.

Estudiante de la Facultad de Turismo. Universidad de La Habana.

rocio.redero04@gmail.com

Leandro González Angulo.

Estudiante de la Facultad de Turismo. Universidad de La Habana.

lewopargonzalez@gmail.com

MSc. Yoan Hernández Flores.

Profesor de la Facultad de Turismo. Universidad de La Habana.

yoan961122@gmail.com

RESUMEN

La gestión de marcas de destinos turísticos es crucial para atraer y retener visitantes, influenciando cómo se percibe un lugar y cómo los turistas experimentan su oferta. En este contexto, La Habana, como destino turístico, busca mejorar su valor de marca mediante la percepción del turista. Este estudio tiene como objetivo medir el valor de la marca turística de La Habana, analizando siete dimensiones clave: notoriedad, imagen, lealtad, calidad percibida, valor global y la influencia de redes sociales post-COVID-19. La metodología aplicada se divide en cinco fases. Primero, se realizó una revisión teórica y metodológica sobre marcas turísticas y destinos. En la segunda fase, se definieron las dimensiones y variables, se diseñó un cuestionario y se estableció la muestra mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia. La recolección de datos se llevó a cabo mediante una encuesta estructurada. Posteriormente, se realizó un análisis estadístico descriptivo utilizando el software Jasp para evaluar las correlaciones entre las dimensiones. Finalmente, los resultados se interpretaron para evaluar su impacto en la percepción del destino. Los

resultados revelaron correlaciones significativas entre las dimensiones. La notoriedad y la imagen mostraron una correlación positiva moderada ($\rho = 0.450$), indicando que una mayor visibilidad mejora la percepción del destino. La calidad percibida tuvo una fuerte correlación con la imagen ($\rho = 0.679$) y el valor global ($\rho = 0.628$), subrayando su papel crucial en la evaluación del destino. Las redes sociales mostraron una correlación moderada con el valor global de la marca ($\rho = 0.400$) y una correlación débil con la intención de volver a visitar ($\rho = 0.201$), sugiriendo que, aunque influyen, otros factores como la calidad y la lealtad son más determinantes.

PALABRAS CLAVE: LA HABANA, DESTINO TURÍSTICO, GESTIÓN DE MARCA, PERCEPCIÓN DEL

TURISTA

ABSTRACT

Destination brand management is crucial for attracting and retaining visitors, influencing how a place is perceived and how tourists experience its offerings. In this context, Havana, as a tourist destination, aims to enhance its brand value through tourist perception. This study aims to measure the brand value of Havana as a tourist destination by analyzing seven key dimensions: awareness, image, loyalty, perceived quality, overall value, and the impact of social media post-COVID-19. The methodology applied is divided into five phases. First, a theoretical and methodological review of tourism brands and destinations was conducted. In the second phase, dimensions and variables were defined, a questionnaire was designed, and a sample was established using non-probabilistic convenience sampling. Data collection was carried out through a structured survey. Subsequently, descriptive statistical analysis was performed using Jasp software to evaluate the correlations between dimensions. Finally, results were interpreted to assess their impact on destination perception. The results revealed significant correlations between dimensions. Awareness and image showed a moderate positive correlation ($\rho = 0.450$), indicating that increased visibility enhances destination perception. Perceived quality had a strong correlation with image ($\rho = 0.679$) and overall value ($\rho = 0.628$), highlighting its crucial role in destination evaluation. Social media showed a

moderate correlation with overall brand value ($\rho = 0.400$) and a weak correlation with the intention to revisit ($\rho = 0.201$), suggesting that while they influence perceptions, other factors like quality and loyalty are more decisive.

KEYWORDS: HAVANA, TOURIST DESTINATION, TOURISTIC BRAND MANAGEMENT, TOURIST PERCEPTION

MARKETING INTELIGENTE: UNA NUEVA FILOSOFÍA

Lic. Guesler Alonso Rodríguez.

Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas. garodriguez@uclv.cu

Juan Carlos Bermúdez Rodríguez.

Estudiante de la Licenciatura en Turismo 3ero CD. Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas.

jubrodriguez@uclv.cu

Victor Manuel Borges Castro.

Estudiante de la Licenciatura en Turismo 3ero CD. Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas.

vbcastro@uclv.cu

RESUMEN

En la era de la información, existe una necesidad apremiante de redefinir la interacción entre las marcas y los consumidores a través del concepto de marketing inteligente, que integra tecnologías avanzadas y el análisis de grandes volúmenes de datos, lo que representa un cambio paradigmático en la gestión del marketing. Esta investigación tiene como objetivo explorar las dimensiones y tendencias emergentes del marketing inteligente a través de un exhaustivo

análisis bibliométrico de la literatura académica y profesional. Se realizó una revisión de artículos publicados en la base de datos Scopus, aplicando criterios de inclusión y exclusión para obtener 43 documentos relevantes, que se analizaron mediante la herramienta VOSviewer para crear un mapa bibliométrico. Los hallazgos revelan que China lidera la producción científica en este campo, con un enfoque predominante en áreas como la informática y la ingeniería. Además, se identificaron términos clave como "big data" e "inteligencia artificial" como fundamentales para personalizar las experiencias de los clientes y mejorar el compromiso del consumidor. Las conclusiones indican que el marketing inteligente no se basa meramente en herramientas tecnológicas, sino que también representa una filosofía que guía las decisiones empresariales hacia un futuro más conectado y centrado en el cliente, enfatizando la innovación continua y la adaptación a las necesidades cambiantes de los consumidores en el panorama digital contemporáneo. Este enfoque permite a las organizaciones tomar decisiones informadas y crear interacciones significativas con los clientes, mejorando así su eficacia y ventaja competitiva. En definitiva, el marketing inteligente fomenta una estrategia holística basada en datos que se alinea con las preferencias dinámicas de los consumidores, lo que garantiza que las empresas sigan siendo relevantes y receptivas en un mercado en constante evolución.

PALABRAS CLAVE: ANÁLISIS BIBLIOMÉTRICO; MARKETING INTELIGENTE; TOMA DE DECISIONES BASADA EN DATOS

ABSTRACT

In the information age, there is a pressing need to redefine the interaction between brands and consumers through the concept of intelligent marketing, which integrates advanced technologies and the analysis of large volumes of data, representing a paradigmatic shift in marketing management. This research aims to explore the dimensions and emerging trends of intelligent marketing through an exhaustive bibliometric analysis of academic and professional literature. A review of articles published in the Scopus database was conducted, applying inclusion and exclusion criteria to obtain 43 relevant documents, which

were analyzed using the VOSviewer tool to create a bibliometric map. The findings reveal that China leads scientific production in this field, with a predominant focus on areas such as computer science and engineering. Additionally, key terms such as "big data" and "artificial intelligence" were identified as fundamental in personalizing customer experiences and enhancing consumer engagement. The conclusions indicate that intelligent marketing is not merely based on technological tools but also represents a philosophy that guides business decisions toward a more connected and customercentric future, emphasizing continuous innovation and adaptation to the changing needs of consumers in the contemporary digital landscape. This approach enables organizations to make informed decisions and create meaningful interactions with customers, thereby improving their effectiveness and competitive advantage. Ultimately, intelligent marketing fosters a holistic and data-driven strategy that aligns with the dynamic preferences of consumers, ensuring that businesses remain relevant and responsive in an ever-evolving market.

KEYWORDS: BIBLIOMETRIC ANALYSIS; DATA-DRIVEN DECISION MAKING; INTELLIGENT MARKETING

ANÁLISIS DE SENTIMIENTO DEL SALÓN ROJO DEL CAPRI BASADO EN LAS OPINIONES DE TRIPADVISOR

Emilio Enrique Guerra Castellón

Facultad de Turismo, Universidad de La Habana emilito042@gmail.com

Edgar Núñez Torres

Facultad de Turismo, Universidad de La Habana enunez8609@gmail.com

Yasser Vázquez Alfonso.

Facultad de Turismo, Universidad de La Habana yalfos1@gmail.com

RESUMEN

El análisis de sentimiento o minería de opinión según la literatura es el proceso de utilizar técnicas de procesamiento de lenguaje natural (PNL) para identificar las opiniones subjetivas y los sentimientos expresados en los textos de manera que sea un proceso automático y no frustrante. La importancia del tema es crucial para el turismo y para los espacios turísticos como el Salón Rojo del Capri, dado a que permite realizar un seguimiento de la satisfacción de los clientes, estudios de mercados, optimizar las estrategias, gestionar la reputación y las crisis de una manera proactiva. El objetivo de este artículo es realizar un análisis de sentimiento del Salón Rojo del Capri basado en las opiniones de TripAdvisor. La obtención, polarización y análisis de las opiniones, sentimientos y emociones se obtuvieron siguiendo un conjunto de pasos, donde se emplearon un conjunto de softwares como Python, R-Studio, Excel, WordStat, Ucinet y Jamovi. Los resultados indican que la percepción de los clientes mayormente es positiva; la tendencia de alojar opiniones está en descenso; el servicio al cliente es un aspecto débil que debe ser mejorado; las correlaciones robustas expresan una correlación perfecta entre la emoción alegría y disgusto. El Salón Rojo del Capri, basado en estas opiniones presenta una imagen relativamente buena, pero puede dañarse en los próximos años si no se acometen acciones tempranas y proactivas dirigidas en gran medida a mejorar el nivel de servicio, superar debilidades, aprovechar oportunidades y rescatar actividades claves.

PALABRAS CLAVES: ANÁLISIS DE SENTIMIENTO, MINERÍA DE OPINIÓN, SALÓN ROJO DEL CAPRI, TRIPADVISOR, PROCESO AUTOMÁTICO.

ABSTRACT

Sentiment analysis or opinion mining according to the literature is the process of using natural language processing (NLP) techniques to identify subjective opinions and feelings expressed in texts in a way that is automatic and not frustrating. The importance of the subject is crucial for tourism and for tourist venues such as the Red Room at the Capri, since it allows to track customer satisfaction, market research, optimize strategies, manage reputation and crises

in a proactive way. The objective of this article is to perform a sentiment analysis of the Red Room at the Capri based on TripAdvisor reviews. The elicitation, polarization and analysis of opinions, sentiments and emotions were obtained following a set of steps, where a set of software such as Python, R-Studio, Excel, WordStat, Ucinet and Jamovi were employed. The results indicate that customer perception is mostly positive; the tendency to host opinions is in decline; customer service is a weak aspect that needs to be improved; robust correlations express a perfect correlation between the emotion joy and dislike. The Capri Red Room, based on these opinions presents a relatively good image, but it may be damaged in the coming years if early and proactive actions are not undertaken, aimed largely at improving the level of service, overcoming weaknesses, taking advantage of opportunities and rescuing key activities.

KEYWORDS: SENTIMENT ANALYSIS, OPINION MINING, CAPRI RED ROOM, TRIPADVISOR, AUTOMATIC PROCESS.

TENDENCIAS Y BUENAS PRÁCTICAS DE ECONOMÍA CIRCULAR COMO HERRAMIENTA DE COMPETITIVIDAD TURÍSTICA: UNA REVISIÓN BIBLIOMÉTRICA

Sandro Felipe Acosta Mesa.

Estudiante de 3er año, Facultad de Turismo, Universidad de La Habana
sandrofelipeacostamesa@gmail.com

Emilio Enrique Guerra Castellón

Estudiante de 2do año, Facultad de Turismo, Universidad de La Habana
emilito042@gmail.com

Jorge Félix Quintana Cala

Estudiante de 1er año, Facultad de Turismo, Universidad de La Habana
jorgefelixquintanacala@gmail.com Rafael Alcober Alvarez.

Profesor de la Facultad de Turismo, Universidad de La Habana.

RESUMEN

La adopción del modelo de economía circular se ha vuelto una estrategia clave para impulsar la innovación, la eficiencia y la sostenibilidad como vía para elevar la competitividad. Aunque en los últimos años esta temática ha cobrado especial relevancia, se ha señalado que el sector turístico es uno de los que ha incorporado menos prácticas sostenibles, generándose algunos avances en materia de transformar la gestión de la actividad para alinearse con las tendencias de la demanda internacional. En este sentido surge la presente investigación con el objetivo de analizar el estado de la producción científica sobre la aplicación de técnicas de economía circular y su empleo como herramienta para la competitividad en el sector turístico desde 2018 a 2024. Se utilizó una metodología de revisión basada en el modelo PRISMA y se seleccionaron 111 artículos de las bases de datos Scopus y Dimensions que cumplieran con los criterios establecidos. Se utilizaron los métodos: analítico sintético, la revisión bibliográfica y la estadística descriptiva. Además, se utilizaron softwares como R-Studio, Excel, Scimago Graphica y VOSviewer. Los hallazgos resaltan un incremento en el número de publicaciones a partir de 2020 que pone de manifiesto la creciente tendencia de las investigaciones. Países como España, Grecia, Italia y Australia resultaron líderes en la generación de investigaciones de calidad en este campo. La adopción del modelo se ha identificado fundamentalmente en proyectos como el CIRC-HOTEL en Cataluña y la Hoja de Ruta Mundial para la Reducción del Desperdicio de Alimentos respaldada por la ONU Turismo.

PALABRAS CLAVES: ECONOMÍA CIRCULAR, COMPETITIVIDAD, TURISMO, SOSTENIBILIDAD, INNOVACIÓN.

ABSTRACT

The adoption of the circular economy model has become a key strategy to promote innovation, efficiency and sustainability as a way to increase competitiveness. Although in recent years this topic has gained special relevance, it has been pointed out that the tourism sector is one of those that has

incorporated less sustainable practices, generating some advances in terms of transforming the management of the activity to align with the trends of international demand. In this sense, the present research arises with the objective of analyzing the state of scientific production on the application of circular economy techniques and their use as a tool for competitiveness in the tourism sector from 2018 to 2024. A review methodology based on the PRISMA model was used and 111 articles were selected from the Scopus and Dimensions databases that met the established criteria. The following methods were used: synthetic analytical, literature review and descriptive statistics. In addition, software such as R-Studio, Excel, Scimago Graphica and VOSviewer were used. The findings highlight an increase in the number of publications from 2020 which highlights the growing trend of research. Countries such as Spain, Greece, Italy and Australia were found to be leaders in generating quality research in this field. The adoption of the model has been identified primarily in projects such as CIRCHOTEL in Catalonia and the Global Roadmap for Food Waste Reduction supported by UN Tourism.

KEYWORDS: CIRCULAR ECONOMY, COMPETITIVENESS, TOURISM, SUSTAINABILITY, INNOVATION.

PAUTAS PARA LA MEJORA DE LA GESTIÓN DEL RESTAURANTE 1830

Fabio López Acosta.

*Estudiante de 3er Año de la Licenciatura en Turismo, Facultad de Turismo,
Universidad de La Habana.*

fabiova46@gmail.com

Alejandro Montesino Pérez.

*Estudiante de 3er Año de la Licenciatura en Turismo, Facultad de Turismo,
Universidad de La Habana.*

amontesino642@gmail.com

RESUMEN

En Cuba en el sector de la restauración existen los restaurantes estatales y los no estatales. Luego de la pandemia ocasionada por el virus Covid-19 ambos se vieron afectados. Actualmente se desconoce el nivel de competitividad que existen en este tipo de entidades turísticas, ya que no es frecuente realizar procedimientos para evaluar su competitividad y determinar los problemas que pueden existir para mantenerse competitivos en el mercado. En el caso particular del Restaurante 1830, luego del periodo pos pandémico su actividad se ha ido recuperando, pero muy lentamente, evidenciándose además deficiencias en el servicio y reducción de los niveles de satisfacción de los clientes. A partir de ello, surge la necesidad de determinar la posición estratégica de la entidad; de forma tal que se puedan trazar estrategias pertinentes que permitan direccionar su gestión. A partir de lo anterior se plantea como objetivo general de la investigación: Diseñar pautas para la mejora de la gestión del Restaurante 1830, a partir del análisis de su posición estratégica. Se aplicaron importantes herramientas como PESTA, las cinco fuerzas competitivas de Porter, Marketing mix, MEFE, MEFI, DAFO y métodos teóricos que permitieron trazar seis pautas para la mejora de la gestión del Restaurante 1830. Las seis estrategias defensivas presentadas inciden directamente en los factores que han sido identificados como aquellos que afectan la competitividad del establecimiento directamente, lo cual no indica que deben obviarse el resto de los factores, al contrario, deben establecerse mecanismos de control para mantener altos niveles de desempeño.

PALABRAS CLAVES: RESTAURANTE 1830; COMPETITIVIDAD; DIRECCIÓN ESTRATÉGICA; TURISMO; GESTIÓN

ABSTRACT

In Cuba, the restaurant sector includes both state-owned and non-state-owned establishments. After the pandemic caused by the Covid-19 virus, both were affected. Currently, the level of competitiveness in these types of tourist entities is unknown, as it is not common to carry out procedures to evaluate their

competitiveness and determine the issues that may exist in maintaining competitiveness in the market. In the specific case of Restaurante 1830, its activities have been recovering slowly after the post-pandemic period, with noticeable deficiencies in service and a decline in customer satisfaction levels. As a result, there is a need to determine the entity's strategic position to develop relevant strategies that can guide its management. Based on this, the general objective of the research is to design guidelines for improving the management of Restaurante 1830, based on the analysis of its strategic position. Important tools such as PESTA, Porter's five competitive forces, Marketing Mix, EFE, IFE, SWOT, and theoretical methods were applied, allowing the formulation of six guidelines to improve the management of Restaurante 1830. The six defensive strategies presented directly impact the factors identified as affecting the competitiveness of the establishment, which does not imply that other factors should be overlooked; on the contrary, control mechanisms should be established to maintain high performance levels.

KEYWORDS: 1830 RESTAURANT; COMPETITIVENESS; STRATEGIC MANAGEMENT; TOURISM, MANAGEMENT.

ANÁLISIS SITUACIONAL DE LA BODEGUITA DEL MEDIO

Annie Hernández Espinosa.

*Estudiante de 3er Año de la Licenciatura en Turismo, Facultad de Turismo,
Universidad de La Habana.*

anniehdez0508@gmail.com Evelyn García Casalis.

*Estudiante de 3er Año de la Licenciatura en Turismo, Facultad de Turismo,
Universidad de La Habana.*

evelyn.gcasalis@gmail.com

Jessica Robaina Amaro.

*Estudiante de 3er Año de la Licenciatura en Turismo, Facultad de Turismo,
Universidad de La Habana.*

jessrobaina@gmail.com

RESUMEN

La Bodeguita del Medio constituye uno de los restaurantes más famosos y reconocidos de La Habana por la inmensa historia que encierra desde que fue fundada. A pesar del gran prestigio de la instalación, resulta de gran importancia realizar un estudio sobre su desempeño actual debido a la gran cantidad de entidades de restauración existentes en la capital, tanto del sector privado como del estatal. Teniendo en cuenta lo anterior, la presente investigación se propuso como objetivo: evaluar la situación estratégica de La Bodeguita del Medio. Para ello, se utilizaron los siguientes métodos y técnicas: histórico-lógico, análisis síntesis, análisis documental, observación científica, entrevistas no estructuradas y análisis porcentual de distribución de frecuencias relativas y absolutas. Con la presente investigación se logró conocer que La Bodeguita del Medio se dirige a visitantes, tanto locales como turistas, que valoran la autenticidad y desean sumergirse en la esencia de Cuba a través de la gastronomía tradicional, la música en vivo y la rica historia del lugar. Los resultados arrojaron además que muchos de los clientes no están satisfechos con la calidad de los servicios. Se demostró el alto valor de los atributos que posee el producto, todos ellos ofrecidos a precios más asequibles en comparación con la competencia, y se reconoció la necesidad de mejorar la presencia en redes sociales, particularmente en Instagram y Facebook, y diversificar los canales de distribución mediante la implementación de un sitio web propio para reducir la dependencia de terceros y facilitar la distribución directa.

PALABRAS CLAVES: ANÁLISIS SITUACIONAL, LA BODEGUITA DEL MEDIO, RESTAURANTE, CALIDAD, MARKETING

ABSTRACT:

La Bodeguita del Medio is one of the most famous and recognized restaurants in Havana due to the immense history it has contained since it was founded. Despite the great prestige of the facility, it's very important to carry out a study on its current performance due to the large number of restoration entities existing in the capital, both in the private and state sectors. Taking into account the above, the objective of this research was to evaluate the strategic situation of La Bodeguita

del Medio. To do this, methods and techniques such as historical-logical, synthesis analysis, documentary analysis, scientific observation, unstructured interviews and percentage analysis of distribution of absolute and relative frequencies were used. With the present investigation, it was possible to know that La Bodeguita del Medio is aimed at visitors, both locals and tourists, who value authenticity and want to immerse themselves in the essence of Cuba through traditional gastronomy, live music and the rich history of the place. The results also showed that many of the clients are not satisfied with the quality of the services. The high value of the product's attributes was demonstrated, all of them offered at more affordable prices compared to the competition, and the need to improve the presence on social networks, particularly on Instagram and Facebook, and diversify distribution channels was recognized by implementing its own website to reduce dependence on third parties and facilitate direct distribution.

KEYWORDS: SITUATIONAL ANALYSIS, LA BODEGUITA DEL MEDIO, RESTAURANT, QUALITY, MARKETING

ACCIONES DE MEJORA PARA LA COMPETITIVIDAD DEL AMBIENTE DE NEGOCIOS EN EL DESTINO CUBA

Angel Rafael Montané Díaz.

Facultad de Turismo, Universidad de La Habana

Yasser Vázquez Alfonso.

Facultad de Turismo, Universidad de La Habana

yalfos1@gmail.com

RESUMEN

La recuperación del turismo en Cuba enfrenta un panorama complejo, marcado por las secuelas de la pandemia, la crisis económica global y las propias

dificultades internas del país. A nivel regional, la competencia turística se intensifica, exigiendo a Cuba una mejora de su competitividad para afrontar los desafíos. En este contexto, la captación de inversión extranjera es crucial para el desarrollo del sector turístico y por tanto hay que optimizar las condiciones del entorno en que se va a desarrollar para aumentar el atractivo de Cuba desde el punto de vista de los negocios, pero para ello se ha de evaluar el riesgo país. El objetivo de esta investigación es proponer acciones que mejoren la competitividad de Cuba a partir del ambiente de negocios. Para ello se realizó una evaluación del entorno de negocios utilizando la metodología del Índice de Desarrollo de Viajes y Turismo, el pilar Ambiente de negocios de la dimensión Entorno propicio y se aplicaron técnicas y métodos para realizar un examen integral del tema. La evaluación arrojó una puntuación de 3.34, lo que indica una situación desfavorable para Cuba como destino turístico, en comparación con los países de la región y del mundo. Estos resultados ponen de manifiesto la necesidad de acciones para mejorar la competitividad en el ámbito de los negocios, y así impulsar la recuperación del sector turístico.

PALABRAS CLAVE: DESTINO TURÍSTICO, AMBIENTE DE NEGOCIOS, CUBA, COMPETITIVIDAD, TTDI

ABSTRACT:

The recovery of tourism in Cuba faces a complex panorama, marked by the consequences of the pandemic, the global economic crisis and the country's own internal difficulties. At the regional level, tourism competition intensifies, requiring Cuba to improve its competitiveness to face the challenges. In this context, attracting foreign investment is crucial for the development of the tourism sector and therefore the conditions of the environment in which it is going to be developed must be optimized to increase the attractiveness of Cuba from a business point of view, but the country risk must be evaluated. The objective of this research is to propose actions that improve Cuba's competitiveness based on the business environment. For this purpose, an evaluation of the business environment was carried out using the methodology of the Travel and Tourism Development Index, the Business Environment pillar of the Enabling Environment

dimension, and techniques and methods were applied to carry out a comprehensive examination of the topic. The evaluation gave a score of 3.34, which indicates an unfavorable situation for Cuba as a tourist destination, compared to countries in the region and the world. These results highlight the need for actions to improve competitiveness in the business field, and thus promote the recovery of the tourism sector.

KEYWORDS: TOURISTIC DESTINATIONS, BUSINESS ENVIRONMENT, CUBA, COMPETITIVENESS, TTDI

PROPUESTA DE ACCIONES EN EL HOTEL MELIÁ COHIBA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN ENFOQUE DATA DRIVEN

Sarahy Hernández Padrón.

Facultad de Turismo, Universidad de La Habana

Yasser Vazquez Alfonso.

Facultad de Turismo, Universidad de La Habana

yalfos1@gmail.com

RESUMEN

La creciente utilización de las tecnologías en las actividades económicas de la sociedad ha dado lugar al surgimiento de las organizaciones data driven, que se caracterizan por aprovechar la gran cantidad de información disponible y usarla para aumentar su productividad. Este enfoque, también, ha permeado en el turismo y específicamente en el sector hotelero. La implementación de una estrategia data driven ha demostrado su eficacia al permitir la personalización de los servicios y la optimización de procesos operativos. En Cuba, sin embargo, no ha alcanzado un nivel de adopción extendido; aun así, se comienza a fomentar por parte del Gobierno el uso de tecnologías y un enfoque basado en datos en las empresas turísticas. La presente investigación tiene el objetivo de proponer

un conjunto de acciones que permitan al hotel Meliá Cohíba, como caso de estudio, convertirse en un hotel basado en datos. Para ello se usa una trayectoria metodológica dividida en tres fases y la combinación de métodos teóricos, empíricos y estadístico-matemáticos que permitieron el diseño de dichas acciones. Como resultado se obtuvo que a pesar de que el hotel no presenta objetivos estratégicos para el uso del enfoque data driven, sí puede aplicarse el mismo. Además, que en una organización data driven existen tres factores fundamentales: las personas, la tecnología y una cultura organizacional que tiene que estar en consecuencia con el uso de datos. La utilización de herramientas de inteligencia artificial e inteligencia de negocios, son aspectos fundamentales, también, para que una entidad sea data driven.

PALABRAS CLAVE: HOTEL, DATOS, TECNOLOGÍA, DATA DRIVEN, ACCIONES.

ABSTRACT

The increasing use of technologies in society's economic activities has led to the emergence of data driven organizations, which are characterized by taking advantage of the large amount of information available and using it to increase their productivity. This approach has also permeated tourism and specifically the hotel sector. The implementation of a data driven strategy has proven its effectiveness by allowing the customization of services and the optimization of operational processes. In Cuba, however, it has not reached a widespread level of adoption, even though the Government is beginning to encourage the use of technologies and a data-based approach in tourism companies. The present research aims to propose a set of actions that allow the Meliá Cohiba hotel, as a case study, to become a data driven hotel. To do so, a methodological path divided into three phases is used and the combination of theoretical, empirical and statistical-mathematical methods that allowed the design of said actions. As a result, it was found that although the hotel does not have strategic objectives for the use of the data driven approach, it can be applied. In addition, in a data driven organization there are three fundamental factors: people, technology and an organizational culture that must be consistent with the use of data. The use of

artificial intelligence and business intelligence tools are also fundamental aspects for an entity to be data driven.

KEYWORDS: HOTEL, DATES, TECHNOLOGY, DATA DRIVEN, ACTIONS

ANÁLISIS DE SENTIMIENTOS DE LAS OPINIONES TEXTUALES ASOCIADAS AL COMPLEJO TURÍSTICO LAS TERRAZAS

Jorge Félix Quintana Cala

Estudiante de 1er año, Lic. Turismo, Facultad de Turismo, Universidad de La Habana.

jorgefelixquintanacala@gmail.com

Sandro Felipe Acosta Mesa

Estudiante de 3er año, Lic. Turismo, Facultad de Turismo, Universidad de La Habana.

sandrofelipeacostamesa@gmail.com

Emilio Enrique Guerra Castellón

Facultad de Turismo, Universidad de La Habana

emilito042@gmail.com

RESUMEN

El análisis de sentimiento o minería de opinión según la literatura brinda a las empresas la oportunidad de obtener información relevante sobre las reacciones de los clientes en relación con su marca o producto. Esto les facilita la posibilidad de perfeccionar sus estrategias de marketing y de tomar decisiones de manera más eficiente. La relevancia del tema es fundamental para el turismo y para espacios como el complejo turístico Las Terrazas, pues facilita el monitoreo de la satisfacción del cliente y la realización de estudios de mercado. Actualmente, a pesar de su atractividad, este no cuenta con estudios que analicen de manera sistemática las percepciones de sus visitantes a través de las opiniones vertidas

en TripAdvisor. En este escenario, surge la presente investigación con el objetivo de analizar el comportamiento de los sentimientos de las opiniones textuales asociadas al complejo turístico Las Terrazas. Para el desarrollo de la misma, se empleó una metodología estructurada en cinco fases, que incluyó las técnicas del web scraping, el árbol de problemas y la herramienta diagrama de Pareto. Además, se utilizaron softwares como R-Studio, Excel, Paint 3D y la extensión de Google Instant Data Scraper para raspar las opiniones automáticamente. Los resultados revelan una disminución tendencial en la cantidad de opiniones, siendo la mayoría negativas. Se identificó la insatisfacción general de los visitantes como problema central, lo que pone en riesgo la imagen del complejo debido a las opiniones desfavorables, y si no se toman acciones rápidas, podría empeorar la situación existente.

PALABRAS CLAVES: ANÁLISIS DE SENTIMIENTO, LAS TERRAZAS, WEB SCRAPING, OPINIONES, TRIPADVISOR.

ABSTRACT

Sentiment analysis or opinion mining according to the literature provides companies with the opportunity to obtain relevant information about customer reactions in relation to their brand or product. This makes it easier for them to improve their marketing strategies and make decisions more efficiently. The relevance of the topic is essential for tourism and for spaces such as the Las Terrazas tourist complex, as it facilitates the monitoring of customer satisfaction and the realization of market studies. Currently, despite its attractiveness, it does not have studies that systematically analyze the perceptions of its visitors through the opinions expressed on TripAdvisor. In this scenario, the present research arises with the objective of analyzing the behavior of the feelings of the textual opinions associated with the Las Terrazas tourist complex. For its development, a methodology structured in five phases was used, which included the techniques of web scraping, the problem tree and the Pareto diagram tool. In addition, software such as R-Studio, Excel, Paint 3D and the Google Instant Data Scraper extension were used to automatically scrape the opinions. The results reveal a downward trend in the number of reviews, with the majority being negative. The

general dissatisfaction of visitors was identified as a central problem, which puts the image of the complex at risk due to unfavorable reviews, and if prompt action is not taken, the existing situation could worsen.

KEYWORDS: SENTIMENT ANALYSIS, LAS TERRAZAS, WEB SCRAPING, OPINIONS, TRIPADVISOR.

DISEÑO DE PLAN DE MARKETING PARA LA BODEGUITA DEL MEDIO DE LA HABANA, CUBA

Evelyn García Casalis

*Estudiante de 3er Año de la Licenciatura en Turismo, Facultad de Turismo,
Universidad de La Habana*

evelyn.gcasalis@gmail.com

Annie Hernández Espinosa.

*Estudiante de 3er Año de la Licenciatura en Turismo, Facultad de Turismo,
Universidad de La Habana*

anniehdez0508@gmail.com

Jessica Robaina Amaro.

*Estudiante de 3er Año de la Licenciatura en Turismo, Facultad de Turismo,
Universidad de La Habana*

jessrobaina@gmail.com

RESUMEN

A medida que Cuba dinamiza la economía con la entrada de los nuevos actores, la competencia entre los establecimientos de restauración se intensifica, lo que hace esencial implementar estrategias de marketing para lograr una ventaja competitiva en el mercado. Con el objetivo de diseñar un plan de marketing para lograr un mejor posicionamiento de la Bodeguita del Medio en la Habana se desarrolla la presente investigación. Se aplicaron los métodos análisis-síntesis e

histórico-lógico como métodos teóricos, así como el análisis documental como método empírico. Además, se utilizaron diferentes herramientas de obtención de la información como la encuestas, análisis bibliográfico y el uso de las redes sociales para tener un mayor alcance en la muestra seleccionada. Como principales resultados se identificaron que la Bodeguita del Medio debe adaptarse a las nuevas realidades del mercado mediante la modernización de sus estrategias de marketing, el fortalecimiento de su presencia digital y la mejora continua de la experiencia del cliente para continuar siendo un referente en el sector turístico y gastronómico de La Habana. Así como la necesidad de capacitación continua para el personal en atención al cliente y gestión de redes sociales, fundamental para maximizar el impacto de las estrategias

PALABRAS CLAVES: PLAN DE MARKETING, MARKETING TURÍSTICO, ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN, RESTAURACIÓN, BODEGUITA DEL MEDIO, LA HABANA

ABSTRACT

As Cuba's economy becomes more dynamic with the entry of new players, competition among catering establishments intensifies, which makes it essential to implement marketing strategies to achieve a competitive advantage in the market. With the objective of designing a marketing plan to achieve a better positioning of the Bodeguita del Medio in Havana, the present research was developed. The analysis synthesis and historical-logical methods were applied as theoretical methods, as well as documentary analysis as empirical method. In addition, different tools were used to obtain information such as surveys, bibliographic analysis and the use of social networks to have a greater reach in the selected sample. The main results identified that Bodeguita del Medio must adapt to the new market realities by modernizing its marketing strategies, strengthening its digital presence and continuously improving the customer experience to continue being a reference in the tourism and gastronomic sector in Havana, as well as the need for continuous training for staff in customer service and social network management, essential to maximize the impact of the strategies.

KEYWORDS: MARKETING PLAN, TOURISM MARKETING, PROMOTIONAL STRATEGIES, RESTAURANT MANAGEMENT, LA BODEGUITA DEL MEDIO, HAVANA

DIAGNÓSTICO DE LAS REDES SOCIALES, EL SITIO WEB Y TRANSFORMACIÓN DIGITAL DE LA AGENCIA DE VIAJES PARADISO

Karla Ivón Iglesias Vidal

Universidad de La Habana, Facultad de Turismo, La Habana, Cuba.

karlaivoniglesiasvidal2002@gmail.com

Emilio Enrique Guerra Castellón

Universidad de La Habana, Facultad de Turismo, La Habana, Cuba.

emilito042@gmail.com

Dr. Yasser Vásquez Alfonso.

Facultad de Turismo, Universidad de La Habana yalfos1@gmail.com

RESUMEN

El uso de un sitio web, la transformación digital y las redes sociales han adquirido una gran importancia en el mundo empresarial actual. El objetivo de este artículo es diagnosticar el sitio web, las redes sociales y el grado de madurez digital de la Agencia de Viajes Paradiso. La Agencia de Viajes Paradiso se ha comprometido a preservar y proteger el patrimonio cultural y natural de Cuba, promoviendo un turismo que tenga un impacto positivo en las comunidades locales. Los resultados sobre las redes sociales se recogieron teniendo en cuenta el tiempo en las plataformas como: Facebook, X, Instagram y YouTube y la cantidad de seguidores que han alcanzado. Mientras que para el sitio web se tuvo en cuenta la experiencia, accesibilidad, marketing y la tecnología; y para transformación digital la experiencia y cultura digital, la experiencia del cliente,

organización y comunicación, productos y servicios, infraestructura y tecnología y procesos. Para determinar los resultados se aplicó el cuestionario de la Confederación Canaria de Empresarios y se usaron herramientas como Seobility, Nibbler y Social Status, con el fin de encontrar las deficiencias y tomar las decisiones pertinentes. Luego del diagnóstico se pudo arrojar a que no tienen gran popularidad en redes sociales y presentan mayor presencia en Facebook e Instagram; por lo que es clave comprometerse más con su contenido en las demás plataformas. El sitio web no se encuentra bien posicionado y su velocidad de carga no es la ideal.

PALABRAS CLAVES: PARADISO, TRANSFORMACIÓN DIGITAL, MADUREZ DIGITAL, REDES SOCIALES, SITIO WEB.

ABSTRACT

The use of a website, digital transformation, and social networks has gained significant importance in today's business world. The objective of this article is to diagnose the website, social networks, and the digital maturity level of the Paradiso Travel Agency. The Paradiso Travel Agency is committed to preserving and protecting Cuba's cultural and natural heritage, promoting tourism that has a positive impact on local communities. The results regarding social networks were collected considering the time spent on platforms such as Facebook, X (formerly Twitter), Instagram, and YouTube, as well as the number of followers they have attained. For the website, aspects such as user experience, accessibility, marketing, and technology were considered; and for digital transformation, factors like digital experience and culture, customer experience, organization and communication, products and services, infrastructure and technology, and processes were taken into account. To determine the results, the questionnaire of the Canary Islands Business Confederation was applied, and tools such as Seobility, Nibbler, and Social Status were used to identify deficiencies and make pertinent decisions. Following the diagnosis, it was found that they do not have great popularity on social networks, with a greater presence on Facebook and Instagram; hence, it is key to engage more with their content on other platforms. The website is not well-positioned, and its loading speed is not ideal.

KEYWORDS: PARADISO, DIGITAL TRANSFORMATION, DIGITAL MATURITY, SOCIAL NETWORKS, WEBSITE

ANÁLISIS TEÓRICO DE LA GESTIÓN DEL TURISMO EN LA PENÍNSULA DE GUANACAHABIBES

Angélica Suárez Regalado.

Estudiante de 1er año en Licenciatura en Turismo. Facultad de Turismo. La Habana.

angelicasuarezregalado@gmail.com

Aldo Luis Ramos Hernández.

Especialista Principal, Investigador Agregado. Centro de Investigaciones y Servicios. Profesor Auxiliar de la Universidad de Pinar del Río.

aldoluisramos1959@gmail.com

RESUMEN

Desde la introducción del turismo alternativo en Cuba, se ha evidenciado la práctica tanto del turismo en espacios rurales naturales como en espacios rurales culturales. Pinar del Río destaca por su marcada vocación para el turismo de naturaleza, donde el ecoturismo, el turismo de aventura y el turismo científico han sido identificados como los de mayor incidencia, por los valores naturales y el grado de conservación de sus recursos naturales y la existencia de una red bien estructurada de áreas protegidas. Una de las áreas protegidas más importantes de Cuba, por el escaso nivel de desarrollo económico, el elevado grado de conservación de sus recursos naturales y alto endemismo en su flora y fauna es el Parque Nacional Guanahacabibes. Con esa premisa, se realizó un estudio con el objetivo de analizar teóricamente la gestión del turismo en la Península de Guanahacabibes, en el escenario actual. Como resultado más significativo se constató que la gestión turística en el área es insuficiente, con

predominio de proyectos que implican llevar al límite la capacidad de carga de los sistemas naturales, lo que afecta los valores naturales y el aprovechamiento del territorio. Lejos de avanzar hacia un turismo de naturaleza sostenible se han creado condiciones para mantener un turismo convencional divorciado de las tendencias actuales y de la marcada vocación del territorio.

PALABRAS CLAVE. ECOTURISMO; DESARROLLO SOSTENIBLE; PARQUE NACIONAL GUANAHACABIBES; TURISMO ALTERNATIVO.

ABSTRACT

Since the introduction of alternative tourism in Cuba, the practice of tourism in both natural rural spaces has been evident. Pinar del Río stands out for its marked vocation for nature tourism, where ecotourism, adventure tourism and scientific tourism have been identified as the most prevalent, due to the natural values and the degree of conservation of its natural values resources and the existence of a well-structured network of protected areas in Cuba. One of the most important protected areas in Cuba, due to the low level of economic development, the high degree of conservation of its natural resources and high endemism in its flora and fauna, is the Guanahacabibes Peninsula, in the current scenario. The most significant result was that tourism management in the area is insufficient, with a predominance of projects that imply taking the carrying capacity of natural systems to the limit, which affects natural values and the use of the territory. Far from moving towards sustainable nature tourism, conditions have been created to maintain conventional tourism divorced from current trends.

KEYWORDS: ECOTOURISM; SUSTAINABLE DEVELOPMENT; GUANAHACABIBES NATIONAL PARK; ALTERNATIVE TOURISM.

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN DEL TURISMO SLOW EN LA HABANA VIEJA

Melissa Orta García

Estudiante de 1er año en Licenciatura en Turismo. Facultad de Turismo. La Habana. angelicasuarezregalado@gmail.com

Angélica Suárez Regalado.

Estudiante de 1er año en Licenciatura en Turismo. Facultad de Turismo. La Habana.

ortamelissa092@gmail.com

RESUMEN

La Habana Vieja, Centro Histórico de la Ciudad de La Habana, que cada año millones de extranjeros recorren en busca de atractivos turístico de carácter histórico, cultural y gastronómico y de conexión con la comunidad. La saturación de turistas y la falta de planificación adecuada han resultado en una experiencia superficial, que no permite a los visitantes apreciar la riqueza cultural y patrimonial de esta zona. La escasa promoción de actividades que fomenten el contacto directo con la comunidad y su patrimonio han limitado el potencial de esta práctica turística. Para abordar esta problemática en un sitio declarado Patrimonio de la Humanidad, se recurrió a la investigación exhaustiva del destino y a su rescate como foco turístico, haciendo énfasis en el rescate del Turismo Slow como modalidad turística insigne de La Habana Vieja. Este trabajo de curso empleando conceptos brindados por autores del ámbito nacional e internacional, abordo aspectos como los antecedentes y el marco contextual a nivel mundial, nacional y local del Turismo Slow, el diagnóstico de la situación problemática mencionada en su objeto de estudio, problemas, objetivos y tareas, teniendo en cuenta métodos, métodos, técnicas y procedimientos estudiados, la Matriz de Vester para abordar y proponer soluciones a los problemas identificados, la proyección de la investigación, los resultados esperados de la investigación y su

marco teórico conceptual que abarcó investigaciones anteriores realizadas sobre el Turismo Slow .

PALABRAS CLAVES: TURISMO SLOW; TURISMO ALTERNATIVO; LA HABANA VIEJA; PATRIMONIO

ABSTRACT

Old Havana, the historic center of the city of Havana, which millions of foreigners visit every year in search of historical, cultural and gastronomic tourist attractions and connection with their community. The saturation of tourists and the lack of adequate planning have resulted in a superficial experience, which does not allow visitors to appreciate the cultural and heritage wealth of this area. The scarce promotion of activities that encourage direct contact with the community and its heritage has limited the potential of this tourist practice. To address this problem in a site declared a World Heritage Site, exhaustive research was carried out on the destination and its rescue as a tourist focus, emphasizing the rescue of slow tourism as a flagship tourist modality of Old Havana. This course work, using concepts provided by national and international authors, addressed aspects such as the background and contextual framework at global, national and local levels of slow tourism, the diagnosis of the aforementioned problematic situation with its object of study, problems, objectives and tasks, taking into account methods, techniques and procedures studied, the Vester Matrix to address and propose solutions to the identified problems, the projection of the research, the expected results of the research and a conceptual theoretical framework that covered previous research related to slow tourism.

KEYWORDS: SLOW TOURISM; ALTERNATIVE TOURISM; OLD HAVANA; HERITAGE

PROYECTO DE INVESTIGACIÓN SOBRE TURISMO INTELIGENTE EN EL MUNICIPIO CERRO, LA HABANA

Elizabet Arrate Rivero.

Estudiante de 1er año, Facultad de Turismo de la Universidad de La Habana
lisyarrate1209@gmail.com

Ana Carla Álvarez Martínez.

Estudiante de 1er año, Facultad de Turismo de la Universidad de La Habana
anacarlaalvarez05@gmail.com

Erika Díaz Rosabal.

Estudiante de 1er año, Facultad de Turismo, Universidad de La Habana
diazrosabal005@gmail.com

RESUMEN

Las Tecnologías de la Información y la Comunicación son, sin lugar a dudas, un componente importante del desarrollo del turismo, en particular del turismo inteligente. Su objetivo es ofrecer a los viajeros experiencias personalizadas y mejorar su disfrute del destino. Estas experiencias permiten a los turistas comprometerse activamente con el destino y mejorar la gestión de los datos. Las tecnologías innovadoras, como Big Data, Inteligencia Artificial, Realidad Virtual y Aumentada, Internet de las Cosas y Chatbots, son fundamentales para el avance de las actividades turísticas y la optimización de la gestión de los destinos. Para profundizar en el conocimiento de la zona, se realizaron entrevistas con entidades relacionadas con el Cerro (Gobierno Municipal y Dirección Municipal de Ordenamiento Territorial y Urbanismo) así como con el Palacio Tecnológico «Finca de los Monos.» Se aplicó una encuesta en línea para conocer la percepción de la población sobre los servicios turísticos y la aplicación de la tecnología en el municipio. A pesar de las ventajas del turismo inteligente, su implantación en Cerro plantea retos. El nivel de actividad turística sigue siendo bajo y existen varias barreras para su integración (falta de financiación, mala conectividad a Internet y problemas de electricidad). Actualmente, existen

iniciativas para transformar Cayo Largo en el destino turístico inteligente inaugural de Cuba, lo que puede facilitar desarrollos similares en otros destinos en el futuro. Se concluye que se deben promulgar medidas iniciales para impulsar el turismo dentro del municipio de Cerro antes de discutir la integración del turismo inteligente.

PALABRAS CLAVE: TURISMO INTELIGENTE, TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN, DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE, INNOVACIÓN, TURISMO

ABSTRACT

The Information and Communication Technologies are, unequivocally, a significant component of the development of tourism, particularly smart tourism. They aim to provide travelers with tailored experiences and enhance their enjoyment of the destination. Such experiences enable tourists to actively engage with the destination and improve data management. Innovative technologies, including Big Data, Artificial Intelligence, Virtual and Augmented Reality, Internet of Things, and Chatbots, are instrumental in advancing tourism activities and optimizing destination management. To gain a deeper understanding of the area, interviews were conducted with entities related to Cerro (Municipal Government and Municipal Direction of Territorial Planning and Urbanism) as well as the Technological Palace “Finca de los Monos.” An online survey was administered to ascertain public perception regarding tourism services and the application of technology within the municipality. Notwithstanding the advantages of smart tourism, its implementation in Cerro poses challenges. The level of tourism activity remains low, and several barriers to its integration exist (lack of funding, poor internet connectivity, and electricity concerns). Presently, there are initiatives to transform Cayo Largo into the inaugural smart tourist destination in Cuba, which may facilitate similar developments in other destinations in the future. It is concluded that initial measures must be enacted to advance tourism within the municipality of Cerro before discussing the integration of smart tourism.

KEYWORDS: SMART TOURISM, TECHNOLOGIES OF INFORMATION AND COMMUNICATION, SMART TOURISTIC DESTINATION, INNOVATION TOURIS

PLANEACIÓN ESTRATÉGICA PARA EL HOTEL INGLATERRA

Leanna Karla Sotero Arteaga.

Estudiante de la Facultad de Turismo, Universidad de La Habana

lia.sotero2004@gmail.com

Yasser Vazquez Alfonso.

Doctor en Ciencias, Profesor de la Facultad de Turismo, Universidad de La Habana

yalfos1@gmail.com

RESUMEN

El turismo es un fenómeno multifactorial de obligado estudio, en el cuál el cambio y la mejora continua son claves para lograr su resiliencia frente a los diferentes escenarios. En este contexto, el Hotel Inglaterra no escapa de esta realidad, por lo que su planeación estratégica es fundamental para mantenerse competitivo y atractivo para los clientes. Por esta razón, el presente trabajo tiene como objetivo general: Elaborar una planeación estratégica para el Hotel Inglaterra para el corto, mediano y largo plazo con el uso de los métodos empíricos: la entrevista, la observación directa, el análisis de contenido, la revisión bibliográfica y la tormenta de ideas. Se aplicaron como técnicas y herramientas el análisis PESTA, las cinco fuerzas de Porter, Excel y la matriz DAFO. Se determinó que la entidad hotelera está inmersa en un ambiente general desfavorable debido a la situación política y económica que enfrenta Cuba, pero sin embargo existen oportunidades claves como parte de las estrategias gubernamentales para fortalecer la actividad turística. Se identificó que la diferenciación es clave en términos estratégicos, debido a la existencia de una alta competitividad y que la entidad cuenta con una serie de elementos que favorecen su implementación. Se

diagnosticó que el Hotel se encuentra en una etapa de madurez, debido a que una de las principales debilidades que presenta es la poca proactividad en la gestión de la entidad, aspecto que se debe en gran medida a la centralización. Por lo que se recomienda principalmente promover las iniciativas proactivas.

PALABRAS CLAVES: PLANEACIÓN, HOTEL INGLATERRA, MACROENTORNO, MICROENTORNO,

ESTRATEGIA

ABSTRACT

Tourism is a multifactorial phenomenon that requires study, in which change and continuous improvement are key to achieving resilience in the face of different scenarios. In this context, the Hotel England does not escape this reality, which is why its strategic planning is essential to remain competitive and attractive to customers. For this reason, the general objective of this work is: Develop a strategic planning for the Hotel England for the short, medium and long term with the use of empirical methods: interview, direct observation, content analysis, review, bibliography and brainstorming. PESTA analysis, Porter's five forces, Excel and the SWOT matrix were applied as techniques and tools. It is decided that the hotel entity is immersed in a general unfavorable environment due to the political and economic situation facing Cuba, but nevertheless there are key opportunities as part of government strategies to strengthen tourism activity. It was identified that differentiation is key in strategic terms, due to the existence of high competitiveness and that the entity has a series of elements that favor its implementation. It was diagnosed that the Hotel is in a stage of maturity, because the main weaknesses it presents are the lack of proactivity in the management of the entity, an aspect that is largely due to centralization. Therefore, it is mainly recommended to promote proactive initiatives.

KEYWORDS: PLANNING, HOTEL ENGLAND, MACROENVIRONMENT, MICROENVIRONMENT, STRATEGY

AGROTURISMO EN EL MUNICIPIO COTORRO, LA HABANA, CUBA

Karla Iglesias Vidal

Facultad de Turismo. Universidad de La Habana Lianet Concepción Banay

RESUMEN

El Cotorro es un municipio de La Habana, Cuba. Este representa una fusión única entre historia y agricultura. En esta investigación se exploró el potencial del agroturismo para mejorar la economía local y ofrecer a los visitantes experiencias inmersivas. La zona es rica en diversidad agrícola, con fincas que cultivan cultivos como frutas tropicales y hortalizas. Al integrar a los turistas en actividades agrícolas, Cotorro no solo muestra su herencia agrícola, sino que también fomenta la conciencia ambiental y la apreciación por los estilos de vida rurales. Sin embargo, retos como el desarrollo de infraestructura, estrategias de marketing y la participación comunitaria deben ser abordados para maximizar sus beneficios. Este estudio incluye entrevistas con directivos en las oficinas de economía y planificación del municipio, ofreciendo perspectivas sobre el agroturismo. Los resultados destacan la importancia de la colaboración entre actores locales y autoridades para crear un marco de apoyo para las iniciativas de agroturismo. En general, el agroturismo en Cotorro no solo tiene el potencial de mejorar el crecimiento económico, sino que también contribuye a preservar el patrimonio cultural y natural de la región.

PALABRAS CLAVE: AGROTURISMO; ECONOMÍA LOCAL; PARTICIPACIÓN COMUNITARIA.

ABSTRACT

El Cotorro is a municipality of Havana, Cuba. It represents a unique fusion between history and agriculture. This research explored the potential of agritourism to improve the local economy and offer visitors immersive experiences. The area is rich in agricultural diversity, with farms cultivating crops

such as tropical fruits and vegetables. By integrating tourists into agricultural activities, Cotorro not only showcases its agricultural heritage but also promotes environmental awareness and appreciation for rural lifestyles. However, challenges such as infrastructure development, marketing strategies, and community participation need to be addressed to maximize its benefits. This study includes interviews with directors in the municipal offices of economy and planning, offering perspectives on agritourism. The results highlight the importance of collaboration between local actors and authorities to create a supportive framework for agritourism initiatives. Overall, agritourism in Cotorro not only has the potential to enhance economic growth but also contributes to preserving the region's cultural and natural heritage.

KEYWORDS: AGRITOURISM; LOCAL ECONOMY; COMMUNITY PARTICIPATION.

TURISMO DEPORTIVO EN LA CIUDAD DEPORTIVA

Dariel Soberón Abad

Facultad de Turismo. Universidad de La Habana

darielsoberon9@gmail.com

RESUMEN

El turismo es una de las principales actividades económicas a nivel mundial, impulsando el desarrollo socioeconómico y cultural en diversas regiones. Según la Organización Mundial del Turismo, el sector no solo genera ingresos significativos, sino que también promueve el entendimiento intercultural y la creación de empleo. La actividad turística se enfoca en satisfacer las necesidades de los viajeros en un destino específico, lo que resalta la importancia de desarrollar productos turísticos que amplíen la oferta local. La competitividad de un destino está relacionada con su capacidad para satisfacer diversas necesidades de los visitantes, incluyendo aspectos económicos, calidad de vida local y sostenibilidad ambiental. Dentro del turismo, el turismo deportivo

ha emergido como una modalidad con creciente impacto global, combinando la práctica de actividades físicas con la exploración de destinos. Eventos internacionales como los Juegos Olímpicos y la Copa Mundial de la FIFA ilustran cómo el turismo deportivo puede transformar ciudades y dejar legados duraderos. En el contexto cubano, la Ciudad Deportiva de La Habana es un ejemplo significativo de cómo las instalaciones deportivas pueden integrarse en la oferta turística. Construida en la década de 1960, este complejo alberga múltiples instalaciones deportivas y culturales, sirviendo como centro para eventos y actividades recreativas. Este estudio explorará la situación actual del turismo deportivo en la

Ciudad Deportiva, identificando fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas. Se propone desarrollar estrategias para potenciar el turismo deportivo en esta instalación, contribuyendo al desarrollo sostenible y enriquecimiento de la oferta turística en Cuba.

PALABRAS CLAVE: TURISMO DEPORTIVO, ACTIVIDAD ECONÓMICA, CIUDAD DEPORTIVA, DESARROLLO SOSTENIBLE, IMPACTO GLOBAL.

ABSTRACT

Tourism is one of the main economic activities worldwide, driving socioeconomic and cultural development in various regions. According to the World Tourism Organization, the sector not only generates significant income but also promotes intercultural understanding and job creation. Tourism focuses on meeting travelers' needs in specific destinations, highlighting the importance of developing tourism products that expand the local offer. A destination's competitiveness is linked to its ability to satisfy various visitor needs, including economic aspects, local quality of life, and environmental sustainability. Within tourism, sports tourism has emerged as a modality with growing global impact, combining physical activities with destination exploration. International events like the Olympic Games and the FIFA World Cup illustrate how sports tourism can transform cities and leave lasting legacies. In the Cuban context, the Ciudad Deportiva in Havana is a significant example of how sports facilities can be

integrated into a nation's tourism offering. Built in the 1960s, these complex houses multiple sports and cultural facilities, serving as a hub for events and recreational activities. This study will explore the current state of sports tourism at the Ciudad Deportiva, identifying strengths, weaknesses, opportunities, and threats. The aim is to develop strategies to enhance sports tourism at this facility, contributing to sustainable development and enriching the tourism offer in Cuba.

KEYWORDS: SPORTS TOURISM, ECONOMIC ACTIVITY, SPORTS CITY, SUSTAINABLE DEVELOPMENT, GLOBAL IMPACT.

EL PAPEL DEL CICLOTURISMO EN LA DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA TURÍSTICA EN LA PROVINCIA DE ARTEMISA

Hansel Humberto García Corrales

Estudiante de primer año. Facultad de turismo garciahansel01@gmail.com

Maydolis Delgado Armenteros.

Estudiante de primer año. Facultad de turismo.

maydolisdelgadoarmenteros@gmail.com

RESUMEN

El turismo es una industria dinámica y en constante evolución, con nuevas tendencias y oportunidades surgiendo constantemente. Representa una de las actividades económicas de mayor envergadura a nivel mundial. Es una actividad multifacética que enmarca los aspectos socioculturales, económicos y medioambientales de las comunidades en que se desarrolla. Esta forma sostenible de realizar turismo busca mejorar la calidad de vida de las comunidades, impulsar las economías locales y la conservación del medio natural. El cicloturismo emerge como una alternativa sostenible dentro de esta industria. Es una forma de hacer turismo sostenible que combina el ejercicio físico con la exploración de entornos naturales, que ha ido ganando popularidad a nivel mundial. Promueve un bajo impacto medioambiental al reducir las emisiones de

carbono y disminuir la huella ecológica en comparación con otros medios de transporte. En Cuba, su desarrollo es aún incipiente a pesar de existen rutas cicloturísticas. La provincia de Artemisa, situada al Occidente del archipiélago, es un escenario ideal para su práctica al contar con las condiciones necesarias. Las potencialidades existentes para el desarrollo de esta actividad no han sido plenamente explotadas debido a problemas como la ausencia de un plan de desarrollo turístico para el territorio y la falta de coordinación entre las organizaciones vinculadas al desarrollo turístico. El aprovechamiento de esta oportunidad brindaría una diversificación de la oferta, en beneficio del fenómeno y dotaría a la provincia de una atractiva opción para estimular al sector turístico.

PALABRAS CLAVES: TURISMO, CICLOTURISMO, ARTEMISA, DESARROLLO, OFERTA

ABSTRACT

Tourism is a dynamic and constantly evolving industry, with new trends and opportunities constantly emerging. It represents one of the largest economic activities worldwide. It is a multifaceted activity that encompasses the sociocultural, economic and environmental aspects of the communities in which it operates. This sustainable form of tourism seeks to improve the quality of life of communities, boost local economies and conserve the natural environment. Cycle tourism is emerging as a sustainable alternative within this industry. It is a form of sustainable tourism that combines physical exercise with the exploration of natural environments, which has been gaining popularity worldwide. It promotes a low environmental impact by reducing carbon emissions and decreasing the ecological footprint compared to other means of transport. In Cuba, its development is still incipient despite the existence of cycle tourism routes. The province of Artemisa, located in the west of the archipelago, is an ideal setting for its practice as it has the necessary conditions. The existing potential for the development of this activity has not been fully exploited due to problems such as the absence of a tourism development plan for the territory and the lack of coordination between organizations linked to tourism development. Taking advantage of this opportunity would provide a diversification of the offer,

to the benefit of the phenomenon and would provide the province with an attractive option to stimulate the tourism sector.

KEYWORDS: TOURISM, CYCLE TOURISM, ARTEMISA, DEVELOPMENT, OFFER

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE MARKETING PARA GUANABITO MI HACIENDA.

POSICIONAMIENTO, DIFERENCIACIÓN Y CRECIMIENTO

Isabel Márquez Orta

*Estudiante de 3er Año de la Licenciatura en Turismo, Facultad de Turismo,
Universidad de La Habana.*

isabelmariam Marquez03@gmail.com

Marcos Daniel Meléndrez Zayas

Estudiante de 1er Año de la Licenciatura en Turismo, Facultad de Turismo,
Universidad de La Habana.

mdom22309@gmail.com

RESUMEN

El presente estudio aborda la evaluación de la Finca Guanabito Mi Hacienda, una instalación turística rural en Cuba que combina alojamiento, entretenimiento y gastronomía en un entorno natural. Mediante un análisis del marketing mix, se identifican fortalezas y desafíos en su gestión, como la necesidad de mejorar la promoción digital y diversificar la oferta de servicios. El estudio propone estrategias enfocadas en la capacitación del personal, el uso eficiente de plataformas digitales y la adopción de prácticas agroecológicas, con el fin de optimizar la operación y posicionar la finca como un referente de turismo sostenible en Cuba. Las conclusiones destacan la importancia de consolidar su

propuesta de valor, incrementar la fidelización de los clientes y mejorar la competitividad en un mercado turístico en constante evolución.

PALABRAS CLAVE: TURISMO RURAL, MARKETING MIX, SOSTENIBILIDAD, FINCA GUANABITO, ESTRATEGIAS DE MEJORA, CUBA.

ABSTRACT

This study evaluates Finca Guanabito Mi Hacienda, a rural tourism facility in Cuba that combines accommodation, entertainment, and gastronomy in a natural setting. Through an analysis of the marketing mix, strengths and challenges in its management were identified, such as the need to improve digital promotion and diversify service offerings. The study proposes strategies focused on staff training, efficient use of digital platforms, and the adoption of agroecological practices to optimize operations and position the farm as a benchmark for sustainable tourism in Cuba. The conclusions highlight the importance of consolidating its value proposition, increasing customer loyalty, and improving competitiveness in an evolving tourism market.

KEYWORDS: RURAL TOURISM, MARKETING MIX, SUSTAINABILITY, FINCA GUANABITO, IMPROVEMENT STRATEGIES, CUBA.

IMPACTO DE LA ACTIVIDAD TURÍSTICA EN EL DESARROLLO DE LA LOCALIDAD DE LAS TERRAZAS

Yan Luis Collado

Estudiante Licenciatura en Turismo Hansel García Corrales

Estudiante Licenciatura en Turismo Brian Hernández González

Estudiante Licenciatura en Turismo

RESUMEN

La comunidad Las Terrazas, se localiza en la porción suroriental de la Sierra del Rosario, perteneciente al municipio Candelaria, provincia Artemisa. En 1994 se introduce en Las Terrazas la actividad turística. Desde el inicio de la actividad

turística se ha manifestado su influencia multidimensional. El objetivo general es demostrar el impacto positivo del turismo en Las Terraza y como objetivo específico se propone definir los efectos de la actividad turística en la comunidad. Se realizó una investigación de tipo cualitativa para la cual se emplearon los métodos analítico-sintético e histórico-lógico. Como método empírico se empleó la observación. La aplicación de estos métodos estuvo acompañada de la revisión bibliográfica y la entrevista como principales técnicas. La presente investigación muestra entre sus resultados que el turismo es fuente de divisas y empleos en la comunidad, lo que se traduce en el mejoramiento de las condiciones de vida de la población. Fue posible afirmar que el turismo ha influido positivamente en el desarrollo de Las Terrazas y constituye el principal catalizador de su desarrollo.

ABSTRACT

The community of Las Terrazas is located in the southeastern portion of the Sierra del Rosario, in the municipality of Candelaria, Artemisa province. Tourism was introduced to Las Terrazas in 1994, and since then, its multidimensional influence has been evident. The general objective is to demonstrate the positive impact of tourism in Las Terrazas, and the specific objective is to define the effects of tourism activities on the community. Qualitative research was conducted using analytical-synthetic and historical-logical methods. Observation was used as an empirical method. The application of these methods was accompanied by a literature review and interviews as the main techniques. The present research shows that tourism is a source of foreign exchange and employment in the community, which translates into improved living conditions for the population. It was possible to affirm that tourism has positively influenced the development of Las Terrazas and is the main catalyst for its growth.

EL AVITURISMO EN SOROA

Yenia de la Caridad Povea Vargas

Primer año de Licencia en Turismo. Facultad de Turismo de la Universidad de la Habana.

yenidelacaridadpoveavargas@gmail.com

RESUMEN

Esta investigación, se basó en estudios sobre ecoturismo a nivel internacional y nacional. Los cuales subrayan la importancia del ecoturismo como motor de desarrollo sostenible. Los principales objetivos del presente trabajo son: contribuir a un entendimiento integral de la situación del aviturismo en Soroa, ofrecer recomendaciones basadas en evidencia para prácticas adecuadas, identificar problemáticas y generar soluciones efectivas, y definir áreas de mejora para optimizar los servicios y aumentar los flujos turísticos. Se utilizó un enfoque teórico que incluyó métodos históricos y lógicos para la recolección de información. Se aplicaron encuestas para obtener datos empíricos a través del contacto directo con los turistas. También se realizaron entrevistas semi-estandarizadas y se empleó una Matriz de Vester para identificar la situación problemática. La investigación reveló una disminución en los flujos turísticos, baja calidad en los servicios ofrecidos, y una desconexión entre oferta y demanda. A pesar de contar con atractivos naturales, infraestructura adecuada, un microclima favorable y recursos históricos y culturales, las entidades comercializadoras del destino son insuficientes. El presente trabajo concluye que el sector no logra una buena demanda; es crucial implementar estrategias que incluyan el rediseño de productos turísticos existentes, alinearse con tendencias actuales y diversificar la oferta para revitalizar el aviturismo en Soroa.

PALABRAS CLAVES: SOROA, TURISMO, ECOTURISMO, AVITURISMO, SERVICIOS.

ABSTRACT

This research was based on studies on ecotourism at an international and national level. Which underline the importance of ecotourism as a driver of sustainable development. The main objectives of this work are: to contribute to a comprehensive understanding of the bird tourism situation in Soroa, to offer evidence-based recommendations for appropriate practices, to identify problems and generate effective solutions, and to define areas of improvement to optimize services and increase flows. tourist. A theoretical approach was used that included historical and logical methods for collecting information. Surveys were applied to obtain empirical data through direct contact with tourists. Semi-standardized interviews were also conducted and a Vester Matrix was used to identify the problematic situation. The investigation revealed a decrease in tourist flows, low quality in the services offered, and a disconnection between supply and demand. Despite having natural attractions, adequate infrastructure, a favorable microclimate and historical and cultural resources, the marketing entities of the destination are insufficient. This work concludes that the sector does not achieve good demand; It is crucial to implement strategies that include the redesign of existing tourism products, aligning with current trends and diversifying the offer to revitalize bird tourism in Soroa.

KEYWORDS: SOROA, TOURISM, ECOTOURISM, AVITURISM, SERVICES.

PAUTAS PARA LA MEJORA DE LA GESTIÓN DE LA FINCA GUANABITO MI HACIENDA.

Marcos Daniel Meléndrez Zayas

*Estudiante de 1er Año de la Licenciatura en Turismo, Facultad de Turismo,
Universidad de La Habana.*

mdom22309@gmail.com

Isabel Márquez Orta

*Estudiante de 3er Año de la Licenciatura en Turismo, Facultad de Turismo,
Universidad de La Habana.*

isabelmariamarquez03@gmail.com

RESUMEN

La finca "Guanabito Mi Hacienda" se enfrenta a un escenario complejo, influenciado por factores económicos, socioculturales, tecnológicos y medioambientales propios del contexto cubano. Este estudio examina las condiciones actuales de la finca, identificando los desafíos que limitan su productividad y sostenibilidad, y proponiendo estrategias para optimizar su desempeño. A través de un análisis exhaustivo del entorno y la implementación de un plan de acción enfocado en la capacitación, la mejora digital y la diversificación de la oferta, se busca posicionar a "Guanabito Mi Hacienda" como un modelo de turismo agroecológico en Cuba, alineado con las tendencias actuales de sostenibilidad y contacto con la naturaleza.

PALABRAS CLAVE: TURISMO SOSTENIBLE, CUBA, FINCA GUANABITO, AGROECOLOGÍA, SOSTENIBILIDAD, ESTRATEGIAS DE MEJORA, COMPETITIVIDAD.

ABSTRACT

Guanabito Mi Hacienda faces a complex scenario influenced by Cuba's unique economic, sociocultural, technological, and environmental factors. This study examines the current conditions of the farm, identifying the challenges that limit its productivity and sustainability, and proposing strategies to optimize its performance. Through a comprehensive analysis of the environment and the implementation of an action plan focused on staff training, digital enhancement, and diversification of its offerings, the goal is to position Guanabito Mi Hacienda as a model of agroecological tourism in Cuba, aligned with current trends of sustainability and nature-focused experiences.

KEYWORDS: SUSTAINABLE TOURISM, CUBA, GUANABITO FARM, AGROECOLOGY, SUSTAINABILITY, IMPROVEMENT STRATEGIES, COMPETITIVENESS

ANÁLISIS BIBLIOMÉTRICO DE LOS INDICADORES DE DESARROLLO SOSTENIBLE EN EL SECTOR DEL TURISMO.

Isabela Pancorbo Camacho

Estudiante de Ingeniería Industrial pancorboisabela2@gmail.com

Jade Padrón Sardiña

Estudiante de Ingeniería Industrial. Universidad de Matanzas

jade.padron@est.umcc.cu

RESUMEN

Los indicadores de desarrollo sostenible permiten dar una medida de manera cuantitativa o cualitativa de la interacción existente entre el medio ambiente y cualquier sector sea económico o de cualquier otro ámbito de la vida humana. Uno de los sectores que potencian el desarrollo de un país es el sector turístico el cual de cierta forma se convierte en la imagen representativa de cualquier nación. Es necesario garantizar la satisfacción del cliente sin descuidar la sostenibilidad en la utilización de los recursos naturales y el cuidado hacia el entorno. En este contexto el objetivo de esta investigación es realizar un análisis bibliométrico de los indicadores de desarrollo sostenible en el sector del turismo. El método utilizado para la revisión de artículos fue el método Prisma, el cual se sustentó con el software Purish or Perish 8 y en el Excel 2016. Los criterios de inclusión fueron: publicaciones en plataforma Google Académico, acceso abierto, idioma español y entre el período 2020-2024. Se recolectó un total de 170 artículos de los cuales 36 fueron los analizados porque cumplían con los requisitos de búsqueda propuestos. Los resultados más relevantes fueron: existe una mayor concentración de publicaciones en el año 2020(50%); repositorios universitarios (25%), siendo el país con un número superior de casos de estudio Ecuador (48%).

PALABRAS CLAVES: INDICADORES, DESARROLLO SOSTENIBLE, SECTOR TURÍSTICO, REVISIÓN

BIBLIOGRÁFICA

ABSTRACT

Sustainable development indicators provide a quantitative or qualitative measure of the interaction between the environment and any sector, be it economic or any other area of human life. One of the sectors that enhance the development of a country is the tourism sector, which in a certain way becomes the representative image of any nation. It is necessary to guarantee customer satisfaction without neglecting sustainability in the use of natural resources and care for the environment. In this context, the objective of this research is to carry out a bibliometric analysis of sustainable development indicators in the tourism sector.

The method used for the review of articles was the Prisma method, which was supported by the software Purish or Perish 8 and Excel 2016. The inclusion criteria were: publications in Google Scholar platform, open access, Spanish language and between the period 2020-2024. A total of 170 articles were collected, of which 36 were analyzed because they met the proposed search requirements. The most relevant results were: there is a greater concentration of publications in the year 2020 (50%); university repositories (25%), with the country with the highest number of case studies being Ecuador (48%).

KEYWORDS: INDICATORS, SUSTAINABLE DEVELOPMENT, TOURISM SECTOR, BIBLIOGRAPHIC REVIEW.

EVALUACIÓN DEL CUMPLIMIENTO DE LOS REQUISITOS DE SOSTENIBILIDAD EN EL RESTAURANTE FABIO

Orlando Rodríguez Montero

Facultad de Turismo. Universidad de La Habana.

Dr.C Julia Maria Espinosa Manfugas

Profesora Titular. Facultad de Turismo de la Universidad de La Habana.

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo evaluar el cumplimiento de los requisitos de sostenibilidad en el restaurante Fabio. Para cumplir con el objetivo propuesto, se concibió una metodología de investigación compuesta de seis etapas con métodos teóricos y empíricos de investigación, dentro de estos, la entrevista, la cual se le realizó a un grupo de especialistas, la observación mediante la lista de chequeo sometida a criterio de expertos, y un cuestionario a pobladores aledaños a la instalación objeto de estudio, cuya fiabilidad se comprobó a través del coeficiente alfa de Cronbach. Los resultados se procesaron por medio de la estadística paramétrica (cálculo de frecuencia y porcentaje), el Diagrama de Pareto, y la estadística no paramétrica (prueba de Kruskal Wallis y la prueba de Mann-Whitney) empleando el programa SPSS 24.0, 2016. Se determinaron 11 apartados divididos a su vez en 54 requisitos que permitieron diagnosticar la situación actual de la sostenibilidad en el restaurante. El análisis integral de los resultados evidenció el incumplimiento de requisitos esenciales para alcanzar la sostenibilidad y ante ello se propusieron 12 acciones de mejora.

PALABRAS CLAVES: RESTAURANTE, SOSTENIBILIDAD, REQUISITOS.

ABSTRACT

The present research aims to evaluate compliance with sustainability requirements at the Fabio restaurant. To achieve the proposed objective, a research methodology composed of five stages was conceived, using theoretical and empirical research methods. The latter included interviews conducted with a group of specialists, observation using a checklist subjected to expert criteria, and a questionnaire administered to residents near the facility under study, whose reliability was tested using Cronbach's alpha coefficient. The results were processed using parametric statistics (calculation of frequency and percentage), the Pareto Diagram, and nonparametric statistics (Kruskal Wallis test and Mann-Whitney test) using the SPSS 24.0 program in 2016. Eleven sections were determined, further divided into 54 requirements that allowed for diagnosing the

current situation of sustainability at the restaurant. The comprehensive analysis of the results revealed non-compliance with essential requirements for achieving sustainability, leading to the proposal of 12 improvement actions.

KEYWORDS: RESTAURANT, SUSTAINABILITY, REQUIREMENTS.

DISEÑO DEL PRODUCTO TURÍSTICO «IRONMAN CAYO SANTA MARÍA»

María Fernanda Rodríguez Vázquez

Estudiante del 3er año de la Licenciatura en Turismo en la Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas, Cuba.

mrvazquez@uclv.cu.

MSc. Ing Aliosky Camacho Rodríguez.

Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas, Cuba.

acamacho@uclv.edu.cu.

RESUMEN

El turismo deportivo se ha convertido en los últimos años en uno de los productos turísticos con mayor demanda en los mercados emisores y con un importante potencial de desarrollo a nivel mundial. Entre los subproductos de este mercado destaca el de la organización de eventos. El presente trabajo tiene como objetivo Diseñar el producto turístico «Ironman Cayo Santa María» como una vía para atraer clientes al Destino Turístico Cayos de Villa Clara. Con ese fin se estudiaron los principales eventos realizados de este tipo a nivel mundial y sus impactos tanto económicos como a la actividad turística, obteniéndose como resultado, un producto con una secuencia de desafíos natación, ciclismo y carrera a pie, únicos, que pondrán a prueba la resistencia de los triatletas en un entorno natural e histórico de gran belleza. Esta propuesta se centra en el

aprovechamiento de las condiciones climáticas de la isla y su capacidad para la realización de eventos deportivos.

PALABRAS CLAVE: PRODUCTO TURÍSTICO, TURISMO DEPORTIVO, TRIATLÓN, IRONMAN, TURISMO

ABSTRACT

Sports tourism has become one of the most in-demand tourism products in source markets in recent years, with significant potential for global development. Among the sub-products of this market, the organization of events stands out. This paper aims to design the "Ironman Cayo Santa María" tourism product as a way to attract customers to the Cayo de Villa Clara Tourist Destination. To this end, the main events of this type held worldwide were studied, along with their economic and tourism impacts. The result is a product with a unique sequence of swimming, cycling, and running challenges that will test the endurance of triathletes in a naturally beautiful and historically rich environment. This proposal focuses on leveraging the island's climate conditions and its capacity for hosting sporting events.

KEYWORDS: TOURISM PRODUCT, SPORTS TOURISM, TRIATHLON, IRONMAN, TOURISM

EVALUACIÓN DE LA DEMANDA DIGITAL EN EL DESTINO CUBA.

Laura Cruz Pestana

Facultad de Turismo. Universidad de La Habana.

Dr. C. Yasser Vázquez Alfonso.

Profesor Titular. Facultad de Turismo. Universidad de La Habana.

Lic. Dariel Armstrong Zulueta.

Profesor de la Facultad de Turismo. Universidad de La Habana.

RESUMEN

La adopción de Internet como principal medio de comunicación ha permitido que los viajeros contemporáneos tengan más foros de expresión y comunicación donde todos los días se dejan millones de registros digitales relacionados con búsquedas y reseñas sobre productos, servicios, destinos y atractivos turísticos. Estas referencias de información digital son conocidas en la literatura como opiniones on-line de viaje (oov) y se han convertido en un factor determinante dentro de la construcción de la experiencia turística en sus diferentes fases: inspiración, ejecución del viaje y rememoración. Los datos estadísticos tradicionales no pueden mostrar la tendencia de la demanda turística en tiempo real, lo cual depende del empleo de tecnologías de Big Data. Ante la carencia de estudios sobre el comportamiento de la demanda turística online en el país, se vuelve fundamental establecer alternativas encaminadas a conocer su comportamiento en tiempo actual, lo cual ayuda a diseñar estrategias para adaptar las ofertas y los servicios a las preferencias online de los viajeros. La presente investigación propone como objetivo general: determinar la demanda turística digital en Cuba. La metodología aplicada consta de tres fases que conjugan diferentes herramientas, métodos y técnicas para la obtención y procesamiento de la información. De acuerdo a los indicadores propuestos en el Índice de Desarrollo de Viajes y Turismo para determinar la demanda turística digital, los resultados revelaron un puntaje promedio de 4.31/7, indicando una situación competitiva favorable, a pesar de los desafíos que actualmente presenta el producto turístico cubano en cuanto a la competitividad.

PALABRAS CLAVES: DEMANDA TURÍSTICA DIGITAL, INDICADORES, TECNOLOGÍA DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIONES, CUBA.

ABSTRACT

The adoption of the Internet as the main means of communication has allowed contemporary travelers to have more forums for expression and communication where millions of digital records related to reviews on products, services,

destinations and tourist attractions are left every day. These references of digital information are known in the literature as online travel opinions (oov) and have become a determining factor in the construction of the tourist experience in its different phases: inspiration, trip execution and recollection. Traditional statistical data cannot show the trend of tourist demand in real time, which depends on the use of Big Data technologies. Given the lack of studies on the behavior of online tourist demand in the destination Cuba, it becomes essential to establish alternatives aimed at understanding its behavior in real time, which helps to design strategies to adapt offers and services to the online preferences of travelers. The present research proposes as a general objective: to determine the digital tourist demand in Cuba in 2024. The applied methodology consists of three phases that combine different tools, methods and techniques for obtaining and processing information. According to the indicators proposed in the Travel and Tourism Development Index to determine digital tourism demand, the results revealed an average score of 4.31/7, indicating a favorable competitive situation, despite the challenges that the Cuban tourism product currently presents in terms of competitiveness.

KEYWORDS: DIGITAL TOURISM DEMAND, INDICATORS, INFORMATION AND COMMUNICATIONS TECHNOLOGY, CUBA

PLAN DE DESARROLLO TURÍSTICO DEL DESTINO VIÑALES. PROYECTO ECONSULT SOSTENIBLE

Dianela Montano Marrero.

Estudiante de Cuarto Año. Facultad de Turismo

dianelamontano@gmail.com

Alba Sáliva Pérez.

Estudiante de Primer Año. Facultad de Turismo

salivaperezalba@gmail.com

Katherine Escuela Varona.

Estudiante de Primer Año. Facultad de Turismo

mavisvarona.hc@gmail.com

RESUMEN

Viñales es una de las opciones más valoradas como destino turístico de naturaleza en Cuba, por ello constituye el centro de interés de la presente investigación. En el marco del nuevo modelo económico cubano, el turismo constituye un pilar esencial y hacerlo de manera sostenible es garantía de su aporte en el tiempo. En el presente trabajo se procedió a la elaboración de un plan de desarrollo turístico para este territorio, y a partir del diagnóstico de su situación actual y las necesidades identificadas se definió un modelo de negocio top buttom utilizando el modelo Canvas, con el objetivo de brindar soluciones disruptivas a dichos problemas. Fueron empleados estratégicamente durante el estudio los métodos teóricos de: análisis-síntesis, inducción-deducción, histórico-lógico; técnicas como el inventario de recursos y métodos matemáticos para el cálculo de la viabilidad de la propuesta. Se estudió la identidad e imagen de marca del destino y finalmente se propusieron acciones de mejora.

PALABRAS CLAVES: VIÑALES, DESTINO, MODELO DE NEGOCIO, PLAN DE DESARROLLO

TURÍSTICO

ABTRACT

Viñales is one of the most valued options as a nature tourist destination in Cuba, which is why it constitutes the center of interest of this research. Within the framework of the new Cuban economic model, tourism constitutes an essential pillar and doing it in a sustainable way is a guarantee of its contribution over time. In this work, a tourism development plan for this territory was developed, and based on the diagnosis of its current situation and the identified needs, a top buttom business model was defined using the Canvas model, with the aim of providing solutions. Disruptive to these problems. The theoretical methods of: analysissynthesis, induction-deduction, historical-logical, were strategically used

during the study; techniques such as resource inventory and mathematical methods for calculating the feasibility of the proposal. The destination's identity and brand image were studied and finally improvement actions were proposed.

KEYWORDS: VIÑALES, DESTINATION, BUSINESS MODEL, TOURISM DEVELOPMENT PLAN



SECCIÓN 3:

III TALLER DE INNOVACIÓN EN EL TURISMO



SECCIÓN 3: III TALLER DE INNOVACIÓN EN EL TURISMO

SISTEMA DE CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN DEL MINTUR: ESTRATEGIA DE CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN

Ms. C. Elbis R. González Anzardo

*Licenciado en Ciencias Sociales, Director de Ciencia, Tecnología e Innovación
Ministerio de Turismo.*

director.cit@mintur.gob.cu

RESUMEN

El Turismo es considerado un Sector Estratégico de la de la economía, en el cual la Innovación constituye un factor determinante para el perfeccionamiento exitoso del sector. El trabajo presentado se basa en estudios de los primeros resultados en la organización de un sistema de ciencia, tecnología e innovación y su implementación en el sector del Turismo, proceso que está en plena formación. Se exponen las barreras que limitan su avance, la integración de actores en el programa sectorial y los territoriales que cuenta el sector, sus proyectos no asociados a programas y sus dos Unidades de Desarrollo e Innovación. Para contribuir a fortalecer la organización del sistema de CTI y corregir las deficiencias identificadas, se propone una estrategia sectorial que, por sus características, se presenta como una alternativa que articule con el Plan de Desarrollo del turismo y permita elevar la competitividad y sostenibilidad del producto turístico cubano. La Estrategia de Ciencia, Tecnología e Innovación (CTI) en el sector de turístico hasta 2030 es fundamental para fomentar el crecimiento económico, la sostenibilidad y la competitividad; así como una gestión eficiente de la ciencia y la innovación. En un contexto mundial que resalta

la importancia de la CTI, esta estrategia busca responder a las prioridades del sector frente a las condiciones económicas actuales. La mejora del Sistema de Ciencia, Tecnología e Innovación (SCTI), incluyendo sus estructuras organizativas, mecanismos de dirección y consulta, y aspectos financieros y de incentivos, es crucial. Este perfeccionamiento debe aumentar la capacidad creativa del capital humano y fortalecer la colaboración entre el sector académico y empresarial, así como con los procesos gubernamentales de toma de decisiones. Enfrentar el desafío del desarrollo del turismo sostenible basado en CTI es esencial. La estrategia requiere fomentar la interrelación efectiva entre los diversos actores involucrados para alcanzar un crecimiento económico sólido y sostenible en el sector turístico, aprovechando al máximo el potencial de la ciencia, la tecnología y la innovación. Además de ello se presentan la implicación que desde la CTI se llevan a cabo con el Proyecto de Gobierno Estratégico que Cierren Ciclo “Fortalecimiento del Turismo y Desarrollo de Nuevos Productos, que tiene dentro de sus objetivos: Diversificar el sector turístico, generar ingresos en divisas a corto plazo, consolidar y diseñar nuevos productos turísticos sostenibles aprovechando los recursos naturales y antrópicos del país e Impulsar el desarrollo de las modalidades de turismo de bienestar y calidad de vida, naturaleza, cultura, eventos, la exportación de servicios académicos y técnicos sobre el turismo.

PALABRAS CLAVE: TURISMO, GOBIERNO ESTRATÉGICO, INNOVACIÓN

ABSTRACT

Tourism is considered a Strategic Sector of the economy, in which Innovation is a decisive factor for the successful improvement of the sector. The presented work is based on studies of the initial results in organizing a system of science, technology, and innovation and its implementation in the tourism sector, a process that is currently in formation. The barriers that limit its progress are exposed, as well as the integration of actors in the sectorial and territorial program that the sector has, its projects not associated with programs, and its two Development and Innovation Units. To help strengthen the organization of the STI system and correct the identified deficiencies, a sectoral strategy is proposed, which, due to its characteristics, presents itself as an alternative that aligns with

the Tourism Development Plan and allows for increasing the competitiveness and sustainability of the Cuban tourism product. The Science, Technology, and Innovation (STI) Strategy in the tourism sector up to 2030 is fundamental for promoting economic growth, sustainability, and competitiveness, as well as efficient management of science and innovation. In a global context that highlights the importance of STI, this strategy seeks to respond to the sector's priorities in the face of current economic conditions. Improving the Science, Technology, and Innovation System (STIS), including its organizational structures, management and consultation mechanisms, and financial and incentive aspects, is crucial. This improvement should enhance the creative capacity of human capital and strengthen collaboration between the academic and business sectors, as well as with government decision-making processes. Facing the challenge of developing sustainable tourism based on STI is essential. The strategy requires fostering effective interrelation among the various involved actors to achieve solid and sustainable economic growth in the tourism sector, maximizing the potential of science, technology, and innovation. Furthermore, the implications carried out from STI with the Strategic Government Project that Close the Cycle "Strengthening Tourism and Developing New Products", which has among its objectives: diversifying the tourism sector, generating foreign exchange revenue in the short term, consolidating and designing new sustainable tourism products leveraging the country's natural and anthropic resources, and promoting the development of wellness and quality of life tourism, nature, culture, events, the export of academic and technical services on tourism.

KEYWORDS: TOURISM, STRATEGIC GOVERNMENT, INNOVATION.

PROPUESTA DE UN MARCO ESTRATÉGICO PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO CON ENFOQUE COMUNITARIO EN LA HABANA, CUBA

Lic. Miguel Espinosa Cuartas

Profesor en adiestramiento de la Facultad de Turismo de la Universidad de La Habana.

michangeloepsi@gmail.com

Lic. Estéfany Caballero Alburquerque

Egresada de la Facultad de Turismo de la Universidad de La Habana

iloveuesty@gmail.com

Juan Ernesto Gutierrez.

Profesor auxiliar de la Facultad de Turismo de la Universidad de La Habana.

juane.gutierrez930503@gmail.com

RESUMEN

Este trabajo propone un marco estratégico para el desarrollo del turismo comunitario en La Habana, Cuba, destacando su potencial para impulsar un desarrollo económico y social inclusivo y sostenible. A partir del contexto actual del desarrollo turístico en el destino, surge una necesidad de modelos de desarrollo más resilientes, como el turismo con un enfoque comunitario, que priorice la participación activa de las comunidades locales en la creación y gestión de productos turísticos. La Habana, a pesar de la proliferación de MIPYMES y cooperativas, aún enfrenta desafíos significativos en la implementación de un enfoque auténticamente participativo, que ha sido frecuentemente eclipsado por el crecimiento comercial y hotelero. El estudio tiene como objetivo desarrollar un marco estratégico para el turismo comunitario, identificando modelos exitosos, evaluando su impacto en el empoderamiento comunitario, y analizando las oportunidades y desafíos en el contexto de reformas económicas. La metodología incluye una revisión exhaustiva de literatura y estudios de caso, así como un análisis FODA. Los hallazgos sugieren que un modelo de turismo participativo, adaptado a las particularidades de La Habana, puede mejorar la sostenibilidad y equidad del sector, promoviendo una colaboración efectiva entre comunidades, empresas y visitantes. El resultado

final será propuesto un marco estratégico y recomendaciones prácticas para integrar el turismo comunitario en el desarrollo local.

PALABRAS CLAVE: TURISMO COMUNITARIO, DESARROLLO SOSTENIBLE, EMPODERAMIENTO

COMUNITARIO, MARCO ESTRATÉGICO, LA HABANA

ABSTRACT

This work proposes a strategic framework for the development of community-based tourism in Havana, Cuba, highlighting its potential to foster inclusive and sustainable economic and social development. Given the current state of tourism development in the destination, there is a need for more resilient development models, such as communitybased tourism, which prioritize the active participation of local communities in creating and managing tourism products. Despite the proliferation of SMEs and cooperatives in Havana, significant challenges remain in implementing a genuinely participatory approach, often overshadowed by commercial and hotel growth. The study aims to develop a strategic framework for community tourism by identifying successful models, assessing their impact on community empowerment, and analyzing opportunities and challenges within the context of economic reforms. The methodology includes a comprehensive review of literature and case studies, as well as a SWOT analysis. Findings suggest that a participatory tourism model, adapted to Havana's specific characteristics, can enhance the sector's sustainability and equity by fostering effective collaboration between communities, businesses, and visitors. The final outcome will be a proposed strategic framework and practical recommendations for integrating communitybased tourism into local development.

KEYWORDS: COMMUNITY-BASED TOURISM, SUSTAINABLE DEVELOPMENT, COMMUNITY EMPOWERMENT, STRATEGIC FRAMEWORK, HAVANA

ECORUTAS: DISEÑO DE RUTAS TURÍSTICAS Y MAXIMIZACIÓN DE LA SATISFACCIÓN DEL VIAJERO

Rocio Ortiz Gancedo.

Facultad de Matemática y Computación. Universidad de La Habana.

rocio.ortiz@matcom.uh.cu

Gemayqzel Bouza Allende.

Facultad de Matemática y Computación. Universidad de La Habana

gema@matcom.uh.cu

Enrique Castellanos Abella

Director de Geología at Ministerio de Energía y Minas de Cuba

castellanos@minem.gob.cu

RESUMEN

"EcoRuta" es una herramienta para el diseño óptimo de rutas turísticas que busca maximizar la satisfacción del viajero, un desafío en la industria del turismo. Se desarrollan mediante optimización matemática itinerarios turísticos personalizados, considerando las preferencias y restricciones de tiempo de los visitantes. Utilizando Python OR-Tools se construye un algoritmo para generar rutas eficientes. Los resultados muestran que EcoRuta puede crear itinerarios que maximizan la satisfacción del cliente sin exceder el tiempo límite. Aunque el algoritmo puede utilizarse con otras bases de datos, en este trabajo se ilustra el uso de la de los geositios de Cuba para incentivar el turismo ecológico de la Isla.

PALABRAS CLAVE: RUTAS TURÍSTICAS PERSONALIZADAS, PROBLEMA DE OPTIMIZACIÓN.

ABSTRACT

"EcoRuta" is a tool for the optimal design of tourist routes that seek to maximize traveler satisfaction, a challenge in the tourism industry. Customized tourist itineraries are developed using mathematical optimization, considering visitors' preferences and time constraints. Using Python OR-Tools, an algorithm is built to generate

efficient routes. The results show that EcoRuta can create itineraries that maximize customer satisfaction without exceeding the time limit. Although the algorithm can be used with other databases, this work illustrates its use with Cuba's geosites to promote ecological tourism on the island.

KEYWORDS: CUSTOMIZED TOURIST ROUTES, OPTIMIZATION PROBLEM.

COOPERATIVISMO: POTENCIAL DE LA INNOVACIÓN TURÍSTICA EN CUBA.

MSc. Yaira Sánchez Díaz.

yaira.sanchez2014@gmail.com

DrC. Ismary Armenteros Arrechevaleta

ismary@ftur.uh.cu

MSc. Rebeca Olivera Elosegui

Facultad de Turismo, Universidad de La Habana

rolivera@ftur.uh.cu

RESUMEN

La innovación es en la actualidad una determinante de la competitividad para todos los sectores, entre ellos el turismo, dada su dinámica desde la oferta y la demanda. Por otra parte, en el turismo, se incorpora además a la competitividad, la sostenibilidad, conformando un vínculo indivisible, que exige el estudio de cada uno y las relaciones de estos conceptos. El turismo cubano demanda de fortalecer la actividad innovadora referida a empresas y a destinos turísticos, y se indaga para la identificación y potenciación de factores que la impulsen; razones que fundamentan la orientación del presente trabajo hacia el cooperativismo, que de por sí, se encuentra en el modelo económico como una forma empresarial socialista. El presente trabajo se orienta a "Valorar la

potencialidad de las cooperativas como agentes de innovación en el turismo cubano, promoviendo un desarrollo sostenible que refuerce la competitividad del destino”. Para el cumplimiento de este objetivo, se utilizaron como métodos el análisis bibliográfico, la revisión documental, consulta a expertos y la encuesta (cuestionarios), cuyos resultados, una vez triangulados validan la importancia de cooperativismo para la innovación en el turismo cubano, a partir de sus impactos positivos posibles en la calidad, los precios, la ampliación de la oferta y la cadena productiva, entre otros, así como en la sostenibilidad económica, medioambiental y sociocultural y el desarrollo local, en modalidades prioritarias. Se identifica además el cumplimiento parcial de los principios internacionales del cooperativismo y en consecuencia se definen líneas de acción.

PALABRAS CLAVE: COOPERATIVISMO, INNOVACIÓN, SOSTENIBILIDAD, COMPETITIVIDAD, MODALIDADES TURÍSTICAS

ABSTRACT

Innovation is currently a determinant of competitiveness for all sectors, including tourism, given its dynamics of supply and demand. On the other hand, in tourism, competitiveness is also incorporated into sustainability, forming an indivisible link, which requires the study of each one and the relationships of these concepts. Cuban tourism demands strengthening innovative activity related to companies and tourist destinations, and research is being carried out to identify and enhance factors that compel it; reasons that support the orientation of this work towards cooperativism, which in itself is found in the economic model as a socialist business form. This paper is aimed at “Assessing the potential of cooperatives as agents of innovation in Cuban tourism, promoting sustainable development that strengthens the competitiveness of the destination.” To achieve this objective, bibliographic analysis, documentary review, consultation with experts and survey (questionnaires) were used as methods, the results of which, once triangulated, validate the importance of cooperativism for innovation in Cuban tourism, based on its possible positive impacts on quality, prices, expansion of supply and the production chain, among others, as well as on economic, environmental and sociocultural sustainability and local development, in priority

modalities. Partial compliance with the international principles of cooperativism is also identified and lines of action are defined accordingly.

KEYWORDS: COOPERATIVISM, INNOVATION, SUSTAINABILITY, COMPETITIVENESS, TOURISM MODALITIES

GESTIÓN HOTELERA EN ENTIDADES TURÍSTICAS. CASO DE ESTUDIO: HOTEL MELIÁ LAS DUNA

Maikel Andrés Rodríguez Polanco

Facultad de Ciencias Económicas. Departamento Turismo. Universidad Central “Martha Abreu” de Las Villas.

Ernesto Llanes Hernández

Facultad de Ciencias Económicas. Departamento Turismo. Universidad Central “Martha Abreu” de Las Villas.

Pedro J. Piloto Rodríguez.

Facultad de Ciencias Económicas. Departamento Turismo. Universidad Central “Martha Abreu” de Las Villas.

Dante Medina Silverio

Facultad de Ciencias Económicas. Departamento Turismo. Universidad Central “Martha Abreu” de Las Villas.

RESUMEN

La creciente evolución que ha tenido la actividad turística a escala internacional ha condicionado el hecho de hacer cada vez más necesarias el uso de herramientas administrativas de gestión, que permitan a las organizaciones un desarrollo óptimo de sus procesos y actividades. Los lineamientos aprobados en el VII Congreso del PCC referidos a la esfera empresarial, abogan por el control

para promover el rendimiento de la gestión estatal, de igual forma están concebidas directrices para la conservación y cuidado del medio ambiente, como es el Plan de Estado para el Enfrentamiento al Cambio Climático (Tarea Vida) aprobado en el 2017. Por tales razones es preciso acudir al Cuadro de Mando Integral Sostenible como instrumento de control que permite alinear los objetivos estratégicos y transformar las estrategias en acciones, en aras de simplificar el proceso de toma de decisiones. Como resultado de la presente investigación se diseñó un CMI Sostenible para el hotel "Meliá Las Dunas", como herramienta de control de gestión que facilite un eficiente control del funcionamiento del hotel, permita rediseñar y mejorar los procesos claves y estimule el rendimiento empresarial de forma sostenible. Para ello, se seleccionó por su carácter novedoso e innovador y la adaptabilidad que presenta para las empresas hoteleras cubanas en la situación actual, el procedimiento propuesto por Ernesto Llanes (2021), el cual para su diseño e implementación consta de tres fases. Se emplearon métodos y técnicas como la observación directa, encuestas, entrevistas y el análisis documental.

PALABRAS CLAVE: GESTIÓN ESTATAL, MEDIO AMBIENTE, TAREA VIDA, SOSTENIBILIDAD

ABSTRACT

The growing evolution that tourism activity has had on an international scale has conditioned the fact that the use of administrative management tools is increasingly necessary, which allow organizations an optimal development of their processes and activities. The guidelines approved in the VII Congress of the PCC referring to the business sphere, advocate control to promote the performance of state management, in the same way, guidelines are conceived for the conservation and care of the environment, such as the State Plan for Confronting Climate Change (Task Vida) approved in 2017. For these reasons, it is necessary to use the Sustainable Balanced Scorecard as a control instrument that allows aligning strategic objectives and transforming strategies into actions, in order to simplify the decision-making process. As a result of this research, a Sustainable BSC was designed for the "Melia Las Dunas" hotel, as a

management control tool that facilitates efficient control of the hotel's operation, allows the redesign and improvement of key processes and stimulates business performance in a way sustainable. For this, the procedure proposed by Ernesto Llanes (2021) was selected for its novel and innovative character and the adaptability it presents for Cuban hotel companies in the current situation, which for its design and implementation consists of three phases. Methods and techniques such as direct observation, surveys, interviews and documentary analysis were used.

KEYWORDS: STATE MANAGEMENT, ENVIRONMENT, TAREA VIDA, SUSTAINABILITY



SECCIÓN 4:

III TALLER DE TURISMO INCLUSIVO



SECCIÓN 4: III TALLER DE TURISMO INCLUSIVO

PROPUESTA DE ACCIONES PARA EL TURISMO ACCESIBLE EN EL RESTAURANTEBAR LA TERRAZA DE COJÍMAR

Yanela González González

Profesora Facultad de Turismo. Departamento Viajes

ygg2180@gmail.com

Fabio Félix Roque Téllez

Araiz Gascón Pérez Jefa Departamento Turismo

araiz@rect.uh.cu

RESUMEN

La accesibilidad es una manifestación de sensibilidad humana e inclusión, elimina barreras físicas y de comunicación, brinda a todos la oportunidad de tener una participación activa en este fenómeno que es el turismo. El propósito de esta investigación se centra en la elaboración de acciones para el turismo accesible en el restaurante-bar La Terraza de Cojímar. Para cumplir con dicho objetivo se emplearon diversos métodos, técnicas y procedimientos, como el análisis bibliográfico, documental, histórico o tendencial, el análisis síntesis, la inducción-deducción, entrevistas semi-estructuradas, cuestionarios y la observación no participativa, que aportaron información para el diagnóstico mediante la matriz DAFO, herramienta utilizada con el fin de realizar el estudio tanto interno y externo de la entidad objeto de estudio, permitiendo conocer el estado actual y posteriormente la elaboración de acciones que faciliten la accesibilidad.

PALABRAS CLAVE: TURISMO, ACCESIBILIDAD, BARRERAS, INCLUSIÓN.

ABSTRACT

Accessibility is a manifestation of human sensitivity and inclusion. It eliminates physical and communication barriers, providing everyone with the opportunity to actively participate in the phenomenon that is tourism. The purpose of this research focuses on developing actions for accessible tourism at the restaurant-bar La Terraza de Cojímar. To achieve this objective, various methods, techniques, and procedures were employed, such as bibliographic, documentary, historical, or trend analysis, synthesis analysis, induction-deduction, semi-structured interviews, questionnaires, and non-participatory observation. These provided information for the diagnosis through the SWOT matrix, a tool used to conduct both internal and external studies of the entity under study. This allowed an understanding of the current state and subsequently the development of actions that facilitate accessibility.

KEYWORDS: TOURISM, ACCESSIBILITY, BARRIERS, INCLUSION.

**ACCIONES PARA LA ATENCIÓN A LAS PERSONAS EN
SITUACIÓN DE DISCAPACIDAD AUDITIVA EN EL RECINTO
FERIAL EXPOCUBA**

Yanela González González

Profesora Facultad de Turismo. Departamento Viajes

ygg2180@gmail.com

Araiz Gascón Pérez

Jefa Departamento Turismo

araiz@rect.uh.cu

Ailen Neila Blanco Basulto

RESUMEN

El desarrollo de esta investigación tuvo como objetivo elaborar una propuesta de acciones para mejorar la atención a las personas con discapacidad auditiva en

el Recinto Ferial Expocuba. Para ello, se sistematizaron fundamentos teóricos y metodológicos sobre la accesibilidad e inclusión, se caracterizó el recinto, y se identificaron los principales obstáculos que enfrentan las personas en situación de discapacidad auditiva, en este caso el estudio se realizó con personas pertenecientes a la ANSOC del municipio Plaza de la Revolución a las cuales se les aplicó un cuestionario y a otros se les realizó una entrevista, lo que arrojó como principal barrera la comunicación. Mediante la matriz DAFO se pudo considerar la situación actual de la instalación en cuanto a la accesibilidad para este segmento de personas. Como resultado, se diseñó una propuesta de acciones que mejorará significativamente la experiencia de las personas con discapacidad auditiva en el recinto, promoviendo un entorno inclusivo y accesible. Se concluyó que una comunicación efectiva y la sensibilización del personal son fundamentales para eliminar barreras y facilitar la integración de las personas en situación de discapacidad auditiva en espacios turísticos, recomendándose la adopción gradual de las acciones propuestas y la evaluación continua de su efectividad para asegurar la sostenibilidad de los esfuerzos.

PALABRAS CLAVES: ACCESIBILIDAD, DISCAPACIDAD AUDITIVA, PROPUESTA DE ACCIONES, EXPOCUBA, TURISMO ACCESIBLE.

ABSTRACT

The development of this research aimed to create a proposal of actions to improve the attention to people with hearing disabilities at the Expocuba Fairgrounds. To achieve this, theoretical and methodological foundations on accessibility and inclusion were systematized, the fairgrounds were characterized, and the main obstacles faced by people with hearing disabilities were identified. In this case, the study was conducted with members of ANSOC from the Plaza de la Revolución municipality, to whom a questionnaire was applied, and others were interviewed. The main barrier identified was communication. Through the SWOT matrix, the current situation of the facility regarding accessibility for this segment of people was considered. As a result, a proposal of actions was designed to significantly improve the experience of people with hearing disabilities at the fairgrounds, promoting an inclusive and accessible environment. It was concluded that effective communication and staff

awareness are fundamental to eliminate barriers and facilitate the integration of people with hearing disabilities in tourist spaces. It is recommended to gradually adopt the proposed actions and continuously evaluate their effectiveness to ensure the sustainability of the efforts.

KEYWORDS: ACCESSIBILITY, HEARING DISABILITY, ACTION PROPOSAL, EXPOCUBA, ACCESSIBLE TOURISM.

EL TRATAMIENTO DE LA IDENTIDAD CULTURAL SORDA CUBANA A LOS GUÍAS DE TURISMO DE LA AGENCIA DE VIAJES CUBATUR S.A. ALTERNATIVAS DE LA EDUCACIÓN AVANZADA

Yanela González González

Profesora Facultad de Turismo. Departamento Viajes

ygg2180@gmail.com

Miguel Angel Nardo Sánchez

Araiz Gascón Pérez Jefa Departamento Turismo

araiz@rect.uh.cu

RESUMEN

El presente estudio tuvo como objetivo proponer acciones socioeducativas para el tratamiento de la identidad cultural sorda cubana en los guías de turismo de la Agencia de Viajes Cubatur S. A. para la atención a turistas con discapacidad auditiva. Se tuvo en cuenta los principios de la Educación Avanzada en la elaboración de las Acciones para el cumplimiento del objetivo. Fueron empleados métodos de investigación de orden teórico, empírico y estadístico. Se realizó una entrevista a los guías mayores de la agencia de viajes Cubatur S.A. También se aplicó otra entrevista a especialistas en identidad cultural sorda cubana de la ANSOC, así como, a personas con discapacidad auditiva. El procesamiento de los resultados implicó el cálculo de frecuencias absolutas y relativas, el análisis porcentual; así como, el diagrama de Pareto mediante el

Microsoft Excel para Windows, versión Excel 2019. La validación de la propuesta se realizó por un grupo de expertos seleccionados, a través del método ANOCHI. Los resultados de la investigación permitieron constatar que los retos vitales que tiene el personal de la guianza turística para llegar a ser accesibles los recorridos turísticos con personas que presenten discapacidad auditiva son: el conocimiento sobre la identidad cultural sorda; y de la lengua de señas cubana para facilitar la comunicación. Además, se elaboró la propuesta de acciones, la cual fue estructurada en 8 acciones generales.

PALABRAS CLAVES: ACCIONES SOCIOEDUCATIVAS, GUIA

ABSTRACT

This study aimed to propose socio-educational actions for addressing the cultural identity of Cuban deaf individuals among the tour guides at Cubatur S.A. Travel Agency to better serve tourists with hearing disabilities. The principles of Advanced Education were considered in developing the actions to achieve the objective. Various theoretical, empirical, and statistical research methods were employed. Interviews were conducted with senior guides at Cubatur S.A. and specialists in Cuban deaf cultural identity from ANSOC, as well as with hearing-disabled individuals. The processing of the results involved calculating absolute and relative frequencies, percentage analysis, and using the Pareto diagram via Microsoft Excel for Windows, Excel 2019 version. The proposal was validated by a selected group of experts using the ANOCHI method. The research results highlighted the vital challenges faced by the tourism guiding staff to make tourist tours accessible for people with hearing disabilities, which include knowledge of deaf cultural identity and Cuban sign language to facilitate communication. Additionally, the action proposal was structured into 8 general actions.

KEYWORDS: SOCIO-EDUCATIONAL ACTIONS, GUIDE.

ESTRATEGIA PARA EL TRABAJO POR LA EQUIDAD DE GÉNERO EN LA FORMACIÓN DEL PROFESIONAL DEL TURISMO

Lázaro Lanier López Llerena.

Profesor Departamento Turismo; Universidad de La Habana

RESUMEN

El documento conocido como Agenda 2030 hace referencia en varios de sus 17 a este fenómeno. La sociedad cubana cada vez comprende mejor los temas de igualdad de género. El Ministerio de Turismo en Cuba desarrolla una ardua labor en busca de esta equidad. Los Centros de Capacitación del Ministerio del Turismo tienen como objetivo formar futuros profesionales del turismo. El trabajo respondió a la problemática: ¿Cómo desarrollar la formación de los profesionales del turismo por la equidad de género? Desarrolló el objetivo: Fomentar la equidad de género desde los contenidos de Sociedad Cultura y Turismo en el profesional del turismo estudiantes del Centro de Capacitación del MINTUR de La Habana, Artemisa y Mayabeque (CCM) en su sede: Playas del Este. Se realizó un estudio observacional de corte transversal. Se aplicó encuesta para conocer diagnóstico sobre equidad de género y el impacto de los talleres realizados en la preparación en el tema. El estudio arrojó que en especialidades de la formación en el Centro de Capacitación persisten desigualdades en el tema género y la pertinencia de los talleres para la preparación en el tema.

PALABRAS CLAVE: IGUALDAD DE GÉNERO, CENTROS DE CAPACITACIÓN, PROFESIONALES DEL TURISMO, AGENDA 2030.

ABSTRACT

The document known as Agenda 2030 refers to this phenomenon in several of its 17 goals. Cuban society is increasingly understanding gender equality issues. The Ministry of Tourism in Cuba is making a considerable effort to seek this equity. The Training Centers of the Ministry of Tourism aim to train future tourism professionals. This work addressed the problem: How to develop the training of tourism professionals for gender equity? It developed the objective: To promote

gender equity from the contents of Society, Culture, and Tourism in tourism professionals, students of the MINTUR Training Center in Havana, Artemisa, and Mayabeque (CCM) at its headquarters: Playas del Este. A cross-sectional observational study was conducted. A survey was applied to diagnose gender equity and the impact of workshops conducted on the topic. The study revealed that in the specializations of the Training Center, gender inequalities persist, and the relevance of the workshops for preparation on the topic was highlighted.

KEYWORDS: GENDER EQUALITY, TRAINING CENTERS, TOURISM PROFESSIONALS, AGENDA 2030.

EVALUACION DE LA GESTIÓN DE LA CULTURA INCLUSIVA CON UN ENFOQUE SISTÉMICO EN EL PROFESIONAL DE LAS CIENCIAS ECONÓMICAS

Otto del Calvo Penichet.

Master en Gestión del Turismo. *Profesor Asistente* Adrián Landaburo Vega.

Máster en Gerencia de la Ciencias y la Innovación.

Profesor Instructor

RESUMEN

Evaluar la cultura inclusiva mediante un procedimiento basado en un enfoque sistémico para la gestión de la cultura inclusiva que contribuya a la educación inclusiva del profesional de las ciencias económicas constituye el objetivo del presente trabajo. A partir de este, se devela como objeto de investigación la cultura inclusiva en los profesionales de las ciencias económicas. El análisis documental y el análisis y síntesis, e histórico lógico, mostraron las principales dimensiones que importantes revistas científicas en bases de datos reconocidas enuncian como claves para gestionar la cultura inclusiva. Además, se identificaron los factores que favorecen su gestión en la educación superior. Los métodos empíricos mostraron el comportamiento del objeto en la Facultad de Ciencias Económicas, al mostrar las insuficiencias que existen. Se apreció dificultades en el conocimiento de aspectos relacionados con la inclusión, se

aprecia una tendencia al riesgo de exclusión a causa de la falta de conocimiento de cómo dar tratamiento al tema, y se necesitan reforzar determinados valores inclusivos, no obstante existe una fortaleza en la preparación del claustro y voluntad para asumir tareas que fortalezcan la cultura inclusiva tanto en los programas como en prácticas inclusivas en clases lo cual hace posible la futura propuesta de acciones estratégicas que conduzcan a una mejor gestión.

ABSTRACT

Evaluating the inclusive culture through a procedure based on a systemic approach for the management of the inclusive culture that contributes to the inclusive education of the professional of the economic sciences constitutes the objective of the present work. From this, it is revealed as an object of investigation the inclusive culture in the professionals of the economic sciences. The documentary analysis and the analysis and synthesis, and logical history, showed the main dimensions that important scientific journals in recognized databases state as keys to manage inclusive culture. In addition, the factors that favor their management in higher education were identified. The empirical methods showed the behavior of the object in the Faculty of Economic Sciences, by showing the insufficiencies that exist. Difficulties were appreciated in the knowledge of aspects related to inclusion, and there is a tendency to the risk of exclusion due the lack of knowledge of how to treat the subject, and it is necessary to reinforce certain inclusive values, however, there is strength in the preparation of the faculty and willingness to assume tasks that strengthen the inclusive practices in classes, which makes possible the future proposal of strategic actions that lead to better management.

DISEÑO DE UN PROCEDIMIENTO PARA DESARROLLAR ESTRATEGIAS DE ACCESIBILIDAD TURÍSTICA EN LOS SERVICIOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS

Yenisleydis González Ramírez

Yoani Cisneros Arias

RESUMEN

El turismo accesible es la capacidad que tienen los destinos de acoger personas con algún tipo de discapacidad y que permita que las mismas disfruten de las bondades del destino. Hoy en día representa una gama de ventajas y factores de diferenciación que pueden aportar a la sociedad y a la industria turística. En este sector se hace necesario no solo eliminar barreras, sino crear productos adecuados, desde un diseño inclusivo, en correspondencia con las necesidades de los diferentes segmentos de demanda, especialmente, personas con discapacidad. Según investigaciones realizadas se pudo constatar que en el destino Holguín existen insatisfacciones relacionadas con el desarrollo de estrategias que atentan contra el disfrute de los clientes con discapacidades o necesidades especiales en los servicios de alimentos y bebidas. Desarrollar un procedimiento, que contemple nuevas estrategias para mejorar la accesibilidad turística a los servicios de alimentos y bebidas, constituye el objetivo de la presente investigación. Como resultados se concibe un procedimiento que integra coherentemente métodos y herramientas que permiten la mejora de la accesibilidad turística. Para su desarrollo se emplearon métodos teóricos y empíricos, los cuales contribuyeron con el desarrollo de la investigación.

PALABRAS CLAVE: ACCESIBILIDAD TURÍSTICA, SERVICIOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS, ESTRATEGIAS.

ABSTRACT

Accessible tourism is the ability of destinations to accommodate people with disabilities and allow them to enjoy the benefits of the destination. Today it represents a range of advantages and differentiating factors that can contribute

to society and the tourism industry. In this sector it is necessary not only to eliminate barriers, but also to create adequate products, from an inclusive design, in correspondence with the needs of the different demand segments, especially people with disabilities. According to research carried out, it was found that in Holguín there are dissatisfactions related to the development of strategies that hinder the enjoyment of customers with disabilities or special needs in food and beverage services. The objective of this research is to develop a procedure that includes new strategies to improve tourist accessibility to food and beverage services. As results, a procedure is conceived that coherently integrates methods and tools that allow the improvement of tourist accessibility. Theoretical and empirical methods were used for its development, which contributed to the development of the research.

KEYWORDS: TOURISM ACCESSIBILITY, FOOD AND BEVERAGE SERVICES, STRATEGIES.

PROPUESTA DE ACCIONES PARA MEJORAR LA ACCESIBILIDAD TURÍSTICA EN LOS HOTELES DE GUARDALAVACA

Dayana Vega Cisneros

Estudiante de Licenciatura en Turismo, Universidad de Holguín / Cuba
anayad.vc.271@gmail.com

Yoani Cisneros Arias

Especialista de Posgrado en Gestión y desarrollo de la Formación laboral,
Profesora Auxiliar de la Universidad de Holguín / Cuba
yoani.cisnero.arias@gmail.com

RESUMEN

La participación de personas con discapacidad y/o necesidades especiales en actividades turísticas resulta cada vez mayor, por lo que organismos internacionales han manifestado la necesidad de aplicar estándares

internacionales para garantizar las mismas condiciones de acceso independientemente de su destino de viaje. Con esta finalidad, el objetivo de la presente investigación es proponer acciones de mejora de la accesibilidad turística en los hoteles de Guardalavaca, a partir del diagnóstico basado en los requisitos de la norma internacional de turismo accesible ISO 21902:2021, aplicando la metodología de Vega-Cisneros & Cisneros-Arias (2023). Se emplearon métodos teóricos y empíricos como el análisis bibliométrico, el análisis-síntesis, así como listas de chequeo, entrevistas y encuestas. Como resultado se detectaron no conformidades con las listas de chequeo que coinciden en los tres hoteles del destino, en las áreas de accesibilización, formación en turismo accesible, entorno construido, alojamiento accesible, servicios de alimentos y bebidas, y actividades de ocio. Los resultados demuestran que en estos hoteles existe un nivel medio de cumplimiento de los requisitos de accesibilidad turística. A partir del diagnóstico se seleccionaron las deficiencias que pueden ser solucionadas a corto plazo y que no necesitan de un importante presupuesto de inversión, de esta forma se elaboró un plan de acciones, validado por criterio de expertos, que contribuye a mejorar la accesibilidad turística en los hoteles de Guardalavaca.

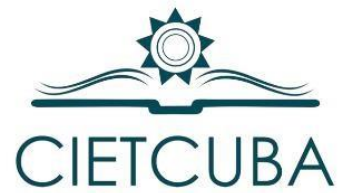
PALABRAS CLAVE: ACCESIBILIDAD TURÍSTICA, GUARDALAVACA, HOTELES, PLAN DE ACCIÓN.

ABSTRACT

The participation of people with disabilities and/or special needs in tourism activities is increasing, so international organizations have expressed the need to apply international standards to ensure the same access conditions regardless of their travel destination. With this purpose, the objective of this research is to propose actions to improve tourist accessibility in the hotels of Guardalavaca, from the diagnosis based on the requirements of the international standard for accessible tourism ISO 21902:2021, applying the methodology of Vega-Cisneros & Cisneros-Arias (2023). Theoretical and empirical methods such as bibliometric analysis, analysis-synthesis, as well as checklists, interviews and surveys were used. As a result, nonconformities were detected with the checklists that coincide in the three destination hotels, in the areas of universal accessibility, information

and communication, accessible tourism training, built environment, accessible accommodation, food and beverage services, and leisure activities. The results show that in these hotels there is an average level of compliance with tourism accessibility requirements. Based on the diagnosis, the deficiencies that can be solved in the short term and that do not require a significant investment budget were selected, thus an action plan was drawn up, validated by expert criteria, to help improve tourist accessibility in the hotels of Guardalavaca.

KEYWORDS: ACTION PLAN, GUARDALAVACA, HOTELS, TOURISM ACCESSIBILITY



SECCIÓN 5:

VII SIMPOSIO INTERNACIONAL DE ESTUDIOS SOBRE TURISMO Y VIAJES



SECCIÓN 5: VII SIMPOSIO INTERNACIONAL DE ESTUDIOS SOBRE TURISMO Y VIAJES

ECONOMÍA CIRCULAR EN EL TURISMO, OPORTUNIDAD PARA CONVERTIR A GUARDALAVACA EN UN DESTINO INTELIGENTE

M.Sc. Evelina Cardet Fernández *Universidad de Holguín*

evelina@uho.edu.cu

M.Sc. Eddy Santos González

Representante Ministerio de Turismo de Cuba en Turquía.

sdg.mercadotecnia@mintur.gob.cu

M.Sc. Justa Ramona Medina Labrada *Universidad de Holguín*

jmedina@uho.edu.cu

RESUMEN

La Economía Circular (EC) se presenta en la actualidad como una alternativa innovadora al modelo económico lineal vigente en el mundo, pues la misma presupone lograr la reutilización de los recursos, reducir los impactos negativos sobre el medioambiente y promover el desarrollo económico de las comunidades. Por su parte, Destino Turístico Inteligente (DTI) es una nueva manera de gestionar el turismo, impulsada por el desarrollo tecnológico del mundo y los grandes cambios en el entorno; que supone considerar otros cuatro ejes, además de tecnología: gobernanza, accesibilidad, innovación y sostenibilidad. Justamente, a este último tributa de manera especial la EC que ofrece una oportunidad para reinventar los destinos turísticos, haciéndolos más sostenibles y competitivos. El destino Guardalavaca apuesta por convertirse en

un DTI, de ahí que la proyección de desarrollo al 2030 está sustentada en un conjunto de principios y nuevos enfoques de gestión, que parten de la innovación, una gobernanza eficiente y la incorporación de avances tecnológicos para asegurar un desarrollo sostenible que enriquezca la experiencia del turista, incremente la competitividad del destino y aumente el nivel de vida de la población local. Por todo ello se realizó la presente investigación con el objetivo de desarrollar un procedimiento para la implementación de la EC en el sector del turismo, que contribuya al ahorro y reaprovechamiento de materiales y recursos mediante prácticas de fabricación ecoinnovadoras y sostenibles que favorezcan la conversión de Guardalavaca en un DTI. Para alcanzarlo se combinaron métodos teóricos y empíricos, lo cual permitió alcanzar los resultados previstos.

PALABRAS CLAVE: ECONOMÍA CIRCULAR, DTI, INNOVACIÓN, SOSTENIBILIDAD

ABSTRACT

The Circular Economy (CE) is currently presented as an innovative alternative to the linear economic model in force in the world, since it presupposes achieving the reuse of resources, reducing negative impacts on the environment and promoting the economic development of communities. For its part, Smart Tourist Destination (DTI) is a new way of managing tourism, driven by the technological development of the world and the great changes in the environment; which involves considering four other axes, in addition to technology: governance, accessibility, innovation and sustainability. Precisely, the CE pays special attention to the latter, offering an opportunity to reinvent tourist destinations, making them more sustainable and competitive. The Guardalavaca destination is committed to becoming a DTI, hence the development projection to 2030 is supported by a set of principles and new management approaches, which are based on innovation, efficient governance and the incorporation of technological advances to ensure sustainable development that enriches the tourist experience, increases the competitiveness of the destination and increases the standard of living of the local population. For all these reasons, this research was carried out with the aim of developing a procedure for the implementation of the EC in the tourism sector, which contributes to the saving and reuse of materials

and resources through eco-innovative and sustainable manufacturing practices that favour the conversion of Guardalavaca into a DTI. To achieve this, theoretical and empirical methods were combined, which allowed the expected results to be achieved.

KEYWORDS: CIRCULAR ECONOMY, ITD, INNOVATION, SUSTAINABILITY

LOS OBSERVATORIOS TURÍSTICOS Y SU APOORTE AL DESARROLLO DE LOS TERRITORIOS: EL CASO PROVINCIA DE SANTA ELENA, ECUADOR

Ph.D. Arnaldo Efrén Mendoza Tarabó.

Universidad Estatal Península de Santa Elena

emendoza@upse.edu.ec

Ph.D. Maritza Gisella Paula Chica

Universidad Estatal Península de Santa Elena

vicerectorado@upse.edu.ec

RESUMEN

Los observatorios turísticos son una herramienta que recogen, producen y analizan datos que permiten la comprensión y toma de decisiones de este importante fenómeno y sus impactos en el mundo. Desde su aparición en Europa, en los años 80, hasta su desarrollo en la década del 2000 se ha visibilizado su contribución en el sector. En Ecuador, el primer observatorio aparece en el 2011 en Galápagos y posteriormente se inician en algunas instituciones de educación superior. Este estudio busca analizar el aporte del observatorio turístico sostenible de la Universidad Península de Santa Elena en el desarrollo del turismo en la provincia del mismo nombre, para este fin se aplicó una metodología cualitativa realizando una revisión de los principales estudios y

publicaciones producto de las investigaciones ejecutadas en el territorio. Entre los resultados se puede apreciar la contribución del observatorio con información cualitativa y cuantitativa respecto al perfil del visitante y nivel de satisfacción de la oferta de la provincia, incluyendo la percepción de seguridad, lo cual tributa a reducir la problemática de poca información estadística confiable disponible para actores del sector turístico a nivel local, provincial y nacional.

PALABRAS CLAVE: TURISMO, OBSERVATORIOS, ESTADÍSTICAS, TERRITORIO

ABSTRACT

Tourism observatories are tools that collect, produce, and analyze data, allowing for the understanding and decision-making regarding this important phenomenon and its impacts worldwide. Since their appearance in Europe in the 1980s, leading up to their development in the 2000s, their contribution to the sector has become more visible. In Ecuador, the first observatory appeared in 2011 in the Galápagos, followed by the establishment of observatories in several higher education institutions. This study aims to analyze the contribution of the sustainable tourism observatory of the Universidad Península de Santa Elena to the development of tourism in the province of the same name. For this purpose, a qualitative methodology was applied, conducting a review of the main studies and publications resulting from research carried out in the territory. Among the results, the observatory's contribution with qualitative and quantitative information regarding visitor profiles and satisfaction levels of the province's offerings can be appreciated, including perceptions of safety. This contributes to reducing the issue of scarce reliable statistical information available to actors in the tourism sector at local, provincial, and national levels.

KEYWORDS: TOURISM OBSERVATORY, DIGITAL TRANSFORMATION, DIGITAL MATURITY, SOCIAL NETWORKS, WEBSITE.

CALIDAD DEL TIEMPO LIBRE Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCIÓN UNIVERSITARIA EN ESTUDIANTES

Maritza Gisella Paula Chica

Universidad Estatal Península de Santa Elena

vicerectorado@upse.edu.ec

RESUMEN

La presente investigación tiene como objetivo analizar la calidad del uso del tiempo libre en relación con el ocio, la recreación y la actividad física de los estudiantes y trabajadores del Centro de Alto Rendimiento Deportivo de la Universidad Estatal Península de Santa Elena. La población total está compuesta por 3,449 participantes, quienes forman parte de programas de entrenamiento deportivo recreativo. Se seleccionó una muestra no probabilística por conveniencia, con el propósito de determinar cómo la participación en actividades recreativas y deportivas influye en la satisfacción universitaria y el bienestar físico y emocional de los estudiantes. El estudio adopta un enfoque cuantitativo y descriptivo, empleando un cuestionario validado para evaluar la percepción de los participantes sobre la calidad de su tiempo libre y su relación con la satisfacción académica. El cuestionario incluyó preguntas sobre actividades recreativas, uso de las (TIC) tecnologías de la información y la comunicación en el tiempo libre, y la satisfacción general con la vida universitaria. Los resultados preliminares sugieren que la participación en actividades recreativas y deportivas contribuye de manera significativa al bienestar general, mejorando el rendimiento académico y promoviendo un equilibrio saludable entre la vida académica y personal.

PALABRAS CLAVE: TIEMPO LIBRE, ACTIVIDAD FÍSICA, SATISFACCIÓN UNIVERSITARIA, BIENESTAR, DEPORTE

ABSTRACT

This research aims to analyze the quality of leisure time use in relation to leisure, recreation, and physical activity among students and workers at the High-Performance Sports Center of the State University of Santa Elena Peninsula. The total population is composed of 3,449 participants, who are part of recreational sports training programs. A non-probabilistic convenience sample was selected to determine how participation in recreational and sports activities influences university satisfaction and the physical and emotional well-being of students. The study adopts a quantitative and descriptive approach, employing a validated questionnaire to assess participants' perceptions of the quality of their leisure time and its relation to academic satisfaction. The questionnaire included questions about recreational activities, the use of Information and Communication Technologies (ICT) in leisure time, and overall satisfaction with university life. Preliminary results suggest that participation in recreational and sports activities significantly contributes to general well-being, improving academic performance and promoting a healthy balance between academic and personal life.

KEYWORDS: LEISURE TIME, PHYSICAL ACTIVITY, UNIVERSITY SATISFACTION, WELL-BEING, SPORT.

**LAS CLAVES: PRODUCTO TURÍSTICO CON ENFOQUE
EMPRESARIAL AMAZÓNICO**

Clímaco Geovani Espín Ortíz

Universidad Estatal Amazónica, Puyo – Pastaza – Ecuador

cespin@uea.edu.ec

RESUMEN

El producto turístico amazónico con enfoque empresarial requiere una planificación estratégica basada en la sostenibilidad y competitividad del destino. Para este estudio se utilizó una metodología mixta, combinando el análisis cuantitativo y cualitativo a través de encuestas, entrevistas y análisis de datos de

turistas y empresas del sector. Se enfatizó la planificación como un pilar esencial, destacando la necesidad de involucrar tanto a actores locales como a empresas y gobiernos para desarrollar una visión compartida del destino amazónico. Las claves como: la integración de inteligencia turística al territorio permite analizar patrones de consumo, segmentar mercados y mejorar la oferta. Esto se complementa con la medición de experiencias de los visitantes, evaluando la satisfacción y el impacto cultural y ambiental, para ajustar los productos y servicios a las expectativas de los turistas. La gestión de productos se enfoca en diversificar la oferta, resaltando los recursos naturales y culturales únicos de la Amazonía, mientras que la gobernanza busca fomentar la cooperación entre los sectores público y privado. Los resultados muestran que una gestión coordinada y sustentable permite mejorar la calidad del destino, incrementar la satisfacción del turista y fortalecer la economía local, generando un producto turístico integrado y complementario.

PALABRA CLAVE: PRODUCTO TURÍSTICO, ECONOMÍA LOCAL, DESTINO, SOSTENIBLE

ABSTRACT

The Amazonian tourism product with a business focus requires strategic planning based on the sustainability and competitiveness of the destination. For this study, a mixed methodology was used, combining quantitative and qualitative analysis through surveys, interviews, and data analysis of tourists and sector companies.

Planning was emphasized as an essential pillar, highlighting the need to involve local actors, companies, and governments to develop a shared vision of the Amazonian destination. Key elements such as the integration of tourism intelligence into the territory allow for the analysis of consumption patterns, market segmentation, and improvement of the offer. This is complemented by measuring visitor experiences, evaluating satisfaction, and cultural and environmental impact to adjust products and services to tourist expectations. Product management focuses on diversifying the offer, highlighting the unique natural and cultural resources of the Amazon, while governance aims to promote cooperation between the public and private sectors. The results show that coordinated and sustainable management improves the quality of the destination,

increases tourist satisfaction, and strengthens the local economy, creating an integrated and complementary tourism product.

KEYWORDS: TOURISM PRODUCT, LOCAL ECONOMY, DESTINATION, SUSTAINABLE.

DESARROLLO DEL SISTEMA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA DEL DESTINO HOLGUÍN

Miguel Angel González Infante

Departamento de Turismo. Facultad de Ciencias Económicas. Universidad de Holguín.

gonzalezinfantemiguel@gmail.com

Félix Díaz Pompa.

Facultad de Ciencias Económicas. Universidad de Holguín.

felixdp1978@gmail.com

Evelina Cardet Fernández

Facultad de Ciencias Económicas. Universidad de Holguín.

evelinacardetfernandez58@gmail.com

Eduardo Antonio González Tamayo.

Empresa Provincial de Alojamiento y Gastronomía Holguín.

ea.gonzaleztamayo@gmail.com

RESUMEN

La gestión de la información turística es clave para optimizar la toma de decisiones en los destinos, sin embargo, el estudio de los sistemas de información en destinos turísticos es aún insuficiente en especial en lo que respecta a su estructura, diseño e implementación. La propuesta de un modelo

de sistema de información turística para el destino Holguín parte del análisis exhaustivo de la teoría existente y la revisión de otros modelos de información existentes. Esta investigación busca diseñar un modelo que integre los componentes clave de la demanda, oferta e impactos turísticos, ajustado a las necesidades específicas de Holguín. Para validar su estructura teórica y garantizar su robustez, se aplicaron técnicas estadísticas multivariantes, específicamente modelos de ecuaciones estructurales. El proceso de diseño incluyó un análisis factorial exploratorio y confirmatorio, con el objetivo de confirmar las interrelaciones entre los distintos subsistemas y asegurar su coherencia dentro del marco teórico. El resultado fue la validación de un ciclo de gestión que facilita la recolección, procesamiento análisis y difusión de la información turística, proporcionando a los actores una base sólida para la toma de decisiones informadas. Esta metodología asegura que el sistema responda de manera eficiente a las dinámicas del entorno, maximizando el rendimiento de los recursos turísticos y minimizando los impactos negativos. El modelo propuesto, fundamentado en un riguroso análisis teórico y empírico, ofrece una herramienta eficaz para la gestión del destino turístico, contribuyendo a su desarrollo sostenible y competitivo.

PALABRAS CLAVES: SISTEMA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA, SISTEMA DE ECUACIONES ESTRUCTURALES, GESTIÓN DE DESTINOS TURÍSTICOS, ANÁLISIS FACTORIAL.

ABSTRACT

The management of tourist information is crucial for optimizing decision-making in destinations. However, the study of information systems in tourist destinations remains insufficient, particularly regarding their structure, design, and implementation. The proposal for a tourist information system model for the Holguín destination is based on a thorough analysis of the existing theory and a review of other existing information models. This research aims to design a model that integrates the key components of demand, supply, and tourism impacts, tailored to the specific needs of Holguín. To validate its theoretical structure and ensure its robustness, multivariate statistical techniques were employed, specifically structural equation modeling. The design process included

exploratory and confirmatory factor analysis, aiming to confirm the interrelationships among the various subsystems and ensure their coherence within the theoretical framework. The outcome was the validation of a management cycle that facilitates the collection, processing, analysis, and dissemination of tourist information, providing stakeholders with a solid foundation for informed decision-making. This methodology ensures that the system responds efficiently to the dynamics of the environment, maximizing the performance of tourism resources while minimizing negative impacts. The proposed model, grounded in rigorous theoretical and empirical analysis, offers an effective tool for the management of the tourist destination, contributing to its sustainable and competitive development.

KEYWORDS: TOURIST INFORMATION SYSTEM, STRUCTURAL EQUATION MODELING, TOURIST DESTINATION MANAGEMENT, FACTOR ANALYSIS.

UN ESTUDIO DE LA SATISFACCIÓN DEL TURISTA: UNA PROPUESTA NEUTROSÓFICA

Carlos N. Bouza.

MATCOM Universidad de La Habana, Cuba

bouza@matcom.uh.cu

Sira M. Allende.

MATCOM Universidad de La Habana, Cuba

sira@matcom.uh.cu

Dr. José F. García.

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

RESUMEN

El objetivo central es presentar un modelo que permite incluir las indeterminaciones presentes en los reportes que los turistas hacen sobre su nivel

de satisfacción. Se desarrolla un modelo neutrosófico para evaluar un cuestionario lo que permite evaluar la satisfacción de los turistas. Un estudio estadístico es raizado. Los resultados obtenidos en un estudio experimental permiten argüir que el uso de la Estadística Neutrosófica es un método adecuado para hacer estudios de satisfacción. Se obtuvo en el estudio que la evaluación de la satisfacción antes de participar en el tour y después señalan que es aceptable considerar que los índices de esta fueron incrementados.

PALABRAS CLAVE: ESTUDIOS DE SATISFACCIÓN, MODELO NEUTROSÓFICO, TURISMO

ABSTRACT

The main objective is to present a model that allows the inclusion of the indeterminacies present in the reports that tourists make about their level of satisfaction. A neutrosophic model is developed to evaluate a questionnaire, which allows the satisfaction of tourists to be evaluated. A statistical study is rooted. The results obtained in an experimental study allow us to argue that the use of Neutrosophic Statistics is an adequate method to carry out satisfaction studies. It was obtained in the study that, the evaluation of satisfaction before participating in the tour and afterwards, indicates that it is acceptable to consider that the indices of it were increased.

KEYWORDS: SATISFACTION, NEUTROSOPHIC MODEL, TOURISM

LAS PEREGRINACIONES A SAN LÁZARO EN EL RINCÓN Y EL TURISMO DE CULTURA RELIGIOSA PARA EL DESARROLLO LOCAL

Clemente Hugo Ramírez Frías

Profesor. Facultad de Turismo. Universidad de La Habana

Eros Salinas Chávez

RESUMEN

El llamado turismo religioso motiva a miles de personas en el mundo a visitar lugares sagrados para cumplir obligaciones religiosas. Muchos autores lo asocian con las peregrinaciones que mueven a millones de personas por año. Espacios para el culto religioso se van convirtiendo de lugares exclusivos espirituales a espacios cada vez más dedicados a servicios y consumo turístico. El pueblo de El Rincón donde se ubica el Santuario Nacional de San Lázaro, es lugar de peregrinación para cientos de miles de cubanos y el segundo templo más visitado de todo el país. La conservación de la identidad cultural, en este caso interrelacionada con un turismo de motivación religiosa, es esencial para desarrollar esta localidad. Por lo que existe el desafío de indagar esta oportunidad de desarrollo. De manera que el objetivo de la investigación es explorar las perspectivas y posibilidades de vías de desarrollo que tiene el poblado a través del turismo de cultura religiosa que conserve las identidades culturales y al mismo tiempo contribuya al desarrollo local. En lo metodológico, esta investigación es exploratoria, descriptiva y cualitativa, realiza una revisión de la literatura y visitas de observación de campo que incluyen entrevistas abiertas. El resultado resalta cómo el turismo de cultura religiosa puede convertirse en impulsor del desarrollo del poblado. Los visitantes alcanzan 100.000 del 16 al 18 de diciembre, anual estiman 500.000. Pero estos miles de visitantes no contribuyen al desarrollo del poblado, se requiere una planificación y gestión que integre a los diferentes actores.

PALABRAS CLAVES: TURISMO DE CULTURA RELIGIOSA, DESARROLLO LOCAL, PEREGRINACIONES.

ABSTRACT

Religious tourism motivates thousands of people worldwide to visit sacred places to fulfill religious obligations. Many authors associate it with pilgrimages that move millions of people annually. Religious worship spaces are increasingly transforming from exclusive spiritual places to areas more dedicated to services and tourist consumption. The town of El Rincón, where the National Sanctuary of San Lázaro is located, is a pilgrimage site for hundreds of thousands of Cubans

and the second most visited temple in the country. The preservation of cultural identity, in this case interrelated with religiously motivated tourism, is essential for developing this locality. Thus, there is a challenge to explore this development opportunity. The research aims to explore the perspectives and possibilities for development avenues that the town has through religious cultural tourism, which preserves cultural identities and simultaneously contributes to local development. Methodologically, this research is exploratory, descriptive, and qualitative, conducting a literature review and field observation visits, including open interviews. The results highlight how religious cultural tourism can become a driver of the town's development. Visitors reach 100,000 from December 16 to 18, with an annual estimate of 500,000. However, these thousands of visitors do not contribute to the town's development; planning and management that integrate different stakeholders are required.

KEYWORDS: RELIGIOUS CULTURAL TOURISM, LOCAL DEVELOPMENT, PILGRIMAGES.

MAPA VERDE AL RESCATE DE LA HISTORIA DE LA COMUNIDAD. PROPUESTA DE INTERVENCIÓN SOCIOCULTURAL

Dr. C. Xiomara Casanova Acosta.

MSc. María Luisa Ventosa Zenea

MSc. Rolsa Adriana Lilly González

Aloida Lourdes Rodríguez Álvarez

RESUMEN

El mapa verde brinda posibilidades para su utilización como herramienta en la transformación del contexto y en la formación de valores ambientales. También facilita la identificación de los problemas y la concepción de soluciones locales

para el mejoramiento de la comunidad. Nos trazamos como objetivo proponer acciones que contribuyen a la divulgación de la historia del turismo de la comunidad a través de la elaboración del Mapa Verde. Fueron empleados métodos teóricos y empíricos, estos últimos incluyeron la observación y encuestas a vecinos de la comunidad a partir de lo cual se conformó el diagnóstico ambiental. La investigación se desarrolló con jóvenes de la comunidad de Centro Habana, Se presentan los resultados parciales alcanzados por el proyecto de intervención comunitaria incluyen un mapa verde y un manual sobre la historia del turismo en el consejo Colón.

PALABRAS CLAVE: MAPA VERDE, COMUNIDAD, FORMACIÓN DE VALORES, HISTORIA, TURISMO.

ABSTRACT

The green map offers possibilities for its use as a tool in the transformation of the context and in the formation of environmental values. It also facilitates the identification of problems and the conception of local solutions for the betterment of the community. Our objective is to propose actions that contribute to the dissemination of the history of tourism in the community through the development of the Green Map. Theoretical and empirical methods were used, the latter included observation and surveys of neighbors of the community from which the environmental diagnosis was formed. The research was developed with young people from the community of Centro Habana, The partial results achieved by the community intervention project include a green map and a manual on the history of tourism in the Colón council.

KEYWORDS: GREEN MAP, COMMUNITY, FORMATION OF VALUES, HISTORY, TOURISM.

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

M.Sc. Yudiht Sánchez Romero

Profesora de la Facultad de Turismo.

yudihtsanchezromero@gmail.com

Lic. Thalia Lee Pons.

Esp. Comercial de Turarte S.A.

thalialeepons@gmail.com

RESUMEN

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

diseñado, para escenarios futuros, en función de contribuir al fortalecimiento de la participación comunitaria y la salvaguarda de sus saberes y expresiones tradicionales.

PALABRAS CLAVE: TURISMO RURAL. PRODUCTOS TURÍSTICOS. CULTURA CAMPESINA.

ABSTRACT

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

KEYWORDS: RURAL TOURISM. TOURISM PRODUCTS. PEASANT CULTURE.

EL PATRIMONIO CULTURAL DE LA COLINA UNIVERSITARIA COMO RECURSO TURÍSTICO PATRIMONIAL DE VALOR UNIVERSAL EXCEPCIONAL

Belkis Yaisy Zulueta Morciego

Dirección de Patrimonio Cultural Universitario

RESUMEN:

La Universidad de La Habana, es la más antigua de Cuba. Su fundación data de 1728, y por su fecha de creación fue la tercera en el Caribe y la decimosexta en América Latina. En su devenir, ha acumulado un vasto patrimonio cultural de naturaleza tangible e intangible que le aporta valores culturales a la vez contribuye a las transformaciones políticas, intelectuales, sociales y en los avances científicos de la nación. Este tipo de patrimonio es parte esencial de la cultura y la vida universitaria y debe ser gestionado de manera adecuada para el intercambio y las relaciones entre bienes y personas allende los muros de la institución, convirtiéndose en atractiva fuente de saberes, ajustados a la dimensión social de la cultura y el desarrollo turístico en un contexto determinado. De tal fundamento proviene la propuesta de declaratoria de la colina universitaria como bien cultural en la lista de patrimonio mundial de la UNESCO, por lo que el presente trabajo se emprende, a partir del análisis de tres instrumentos internacionales de gran relevancia, con el objetivo de valorar el patrimonio cultural universitario como recurso turístico patrimonial en el ámbito local y regional.

ABSTRACT

The University of Havana is the oldest in Cuba. Founded in 1728, it was the third in the Caribbean and the sixteenth in Latin America by its creation date. Over time, it has accumulated a vast cultural heritage, both tangible and intangible, which not only adds cultural value but also contributes to the political, intellectual, social, and scientific advancements of the nation. This type of heritage is an essential part of the culture and university life and should be appropriately managed for the exchange and relations between assets and people beyond the

institution's walls, becoming an attractive source of knowledge aligned with the social dimension of culture and tourism development in a specific context. From this foundation comes the proposal to declare the university hill as a cultural asset on the UNESCO World Heritage list. This work is undertaken based on the analysis of three highly relevant international instruments, aiming to evaluate the university's cultural heritage as a tourism heritage resource at the local and regional levels.

EVALUACIÓN DEL PATRIMONIO CULTURAL COMO IMPULSOR DE LA DEMANDA TURÍSTICA

Maria Isabel García Jorge

Estudiante de 4to año de Turismo. Universidad de La Habana.

Mercedes del Carmen Franco

Profesora de la Facultad de Turismo. Universidad de La Habana

mechy.franco1971@gmail.com

RESUMEN

El desarrollo del turismo implica nuevos retos y preocupaciones para la gestión de los destinos turísticos. El incremento de la competitividad de los mercados demanda la creación y diversificación de ofertas para incrementar los flujos turísticos con un enfoque sostenible. En este sentido los recursos culturales dan a los países ventajas desde el punto de vista competitivo y periten diferenciar la oferta. Cuba posee un rico patrimonio cultural, sin embargo, la manera en que este patrimonio es puesto en valor por el turismo, presenta limitaciones y no está siendo utilizado en toda su capacidad para el desarrollo del turismo. De ahí que el objetivo del estudio sea evaluar los Recursos Culturales del destino país, y estimar su posición competitiva. Para dar cumplimiento al objetivo se hará uso de la metodología del Foro Económico Mundial permite estimar la posición competitiva para el turismo cultural, demostrando ventajas competitivas al compararlo con la región de Las Américas. Los resultados permiten identificar

recursos culturales con los que cuenta el destino que pueden constituir importantes aceleradores del desarrollo del turismo en Cuba y su puesta en valor turístico puede generar impactos positivos, diversificando la oferta, incrementando el flujo de visitantes interesados en hacer turismo cultural, y generando mayores ingresos para el sector turístico, el cultural y las comunidades locales.

PALABRAS CLAVE: RECURSOS CULTURALES, PATRIMONIO CULTURAL, TURISMO CULTURAL,

COMUNIDADES LOCALES

ABSTRACT

The development of tourism implies new challenges and concerns for the management of tourist destinations. The increase in market competitiveness requires the creation and diversification of offers to increase tourist flows with a sustainable approach. In this sense, cultural resources give countries advantages from a competitive point of view and allow them to differentiate the offer. Cuba has a rich cultural heritage, however, the way in which this heritage is valued by tourism presents limitations and is not being used in its full capacity for the development of tourism. Hence, the objective of the study is to evaluate the Cultural Resources of the destination country, and estimate its competitive position. To achieve the objective, the methodology of the World Economic Forum will be used to estimate the competitive position for cultural tourism, demonstrating competitive advantages when comparing it with the region of the Americas. The results allow us to identify cultural resources that the destination has that can constitute important accelerators of the development of tourism in Cuba and their enhancement of tourism value can generate positive impacts, diversifying the offer, increasing the flow of visitors interested in cultural tourism, and generating greater income for the tourism, cultural and local communities' sectors.

KEYWORDS: CULTURAL RESOURCES, CULTURAL HERITAGE, CULTURAL TOURISM, LOCAL

COMMUNITIES

TURISMO Y COMUNIDAD

Dra. C. Vilma Rodríguez Tápanes

Vicedecana Colegio San Gerónimo de La Habana

Dr. C. Ramón Martín Fernández *Profesor Emérito Facultad de Turismo*

ramon.martin@ftur.uh.cu

RESUMEN

Varios destinos países no han logrado recuperarse totalmente luego de los impactos de la pandemia de Covid 19. Entre ellos se encuentra Cuba. Sin embargo, hay varias pruebas de pérdida de efectividad que son anteriores a la gran crisis de 2020-2022. Se han agravado problemas del macroentorno y han faltado acciones efectivas (de las que se mencionarán algunas) para salir de esta situación y recuperar los niveles de llegadas de visitantes. En esta realidad se deberá fundamentar el nuevo papel de los territorios, esencialmente brindando atractivos y actividades turísticas (además de alojamientos y comidas) como principal tarea del turismo local. Estas acciones conllevan un grupo de impactos directos del turismo en las localidades, pero debe lograrse un enlace efectivo entre lo local y lo global. En esta conferencia se presentarán las bases y causales del por qué el turismo se desarrolla como un fenómeno único, obviando las presuntas diferencias entre el llamado turismo local y el “vertical”, masivo o de mayor escala.

ABSTRACT

Several destination countries have not managed to fully recover from the impacts of the Covid-19 pandemic.

Among them is Cuba. However, there is evidence of a loss of effectiveness that predates the great crisis of 2020-2022. Macro-environmental problems have worsened and effective actions have been lacking (some of which will be mentioned) to get out of this situation and recover visitor arrival levels. The new role of the territories must be based on this reality, essentially providing tourist attractions and activities (in addition to accommodation and meals) as the main

task of local tourism. These actions entail a group of direct impacts of tourism in the localities, but an effective link between the local and the global must be achieved. This conference will present the bases and causes of why tourism develops as a unique phenomenon, ignoring the alleged differences between so-called local tourism and “vertical”, massive or larger-scale tourism.

TECNOLOGÍAS CLAVES PARA LA SOSTENIBILIDAD TURÍSTICA

José Enrique Salgado Febles

Facultad de Turismo

RESUMEN

La sostenibilidad de los viajes y el turismo es una de las cuestiones claves en la actualidad y es importante tanto para las entidades como para los turistas y viajeros. El Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC) presentó, en su Cumbre Global 12 indicadores básicos de sostenibilidad hotelera, que se ha constituido en un programa de verificación independiente, al cual están ya registrados más de 5000 hoteles distribuidos en más de 80 países, con tendencia al aumento. No es el único. Los hoteles y entidades además del impacto económico directo toman en cuenta que diversos estudios que muestran que los viajes sostenibles son un factor cada vez más importante en la elección de destinos, alojamientos e incluso la transportación por parte de los viajeros más informados, en especial los digitales, que buscan una experiencia que una al disfrute la satisfacción por disminuir la huella ambiental que dejan sus viajes. Ambas aristas influyen en una nueva tendencia que es el interés de los inversionistas en aquellos proyectos que potencian la sostenibilidad y la digitalización. En el trabajo se analizan varias tecnologías que constituyen factores o prácticas imprescindibles para avanzar hacia un turismo sostenible y que conforman hoy el día a día de las entidades del sector y son a la vez de las más demandadas por los clientes. Es un cambio de paradigma hacia un turismo más “sostenible, inteligente y seguro”.

ABSTRACT

Sustainability in travel and tourism is one of the key issues today and is important both for entities and for tourists and travelers. The World Travel and Tourism Council (WTTC) presented, at its Global Summit, 12 basic hotel sustainability indicators, which have become an independent verification program with more than 5000 hotels in over 80 countries already registered, and this number is growing. It is not the only one. Besides the direct economic impact, hotels and entities consider various studies that show sustainable travel is becoming an increasingly important factor in the choice of destinations, accommodations, and even transportation by more informed travelers, especially digital ones, who seek an experience that combines enjoyment with the satisfaction of reducing the environmental footprint of their travels. Both aspects influence a new trend: investors' interest in projects that enhance sustainability and digitalization. The paper analyzes several technologies that are essential factors or practices for advancing towards sustainable tourism and that today form the daily life of sector entities and are also among the most demanded by customers. It represents a paradigm shift towards more "sustainable, intelligent, and safe" tourism.

**PROPUESTA DE ACCIONES PARA LA CONTRIBUCIÓN DE LOS
EVENTOS CIENTÍFICOS-TÉCNICOS AL DESARROLLO
COMUNITARIO EN LA HABANA**

Lic. Reinier Ferro Fernández

Facultad de Turismo, Universidad de La Habana, Cuba MSc.

Ailim Sánchez Fernández

Facultad de Turismo, Universidad de La Habana, Cuba

ailim931204@gmail.com

RESUMEN

La realización de Eventos Científicos-Técnicos, constituye una oportunidad de crecimiento y desarrollo para las comunidades locales que participan junto con otros actores en la organización de los mismos, atrayendo de esta manera, nuevas dinámicas a su territorio que les permitan mayor diversificación de la economía, y mejor calidad de vida para sus comunitarios. Para dar cumplimiento al propósito fundamental de nuestra investigación, se proponen acciones para la contribución de esta tipología de eventos al desarrollo comunitario en el destino La Habana. Para el cumplimiento de este objetivo, se emplearon métodos como el análisis bibliográfico y documental, entrevistas y encuestas a eventistas, actores, comunitarios y profesionales del turismo, cuyos resultados posibilitaron validar y enriquecer nuestras propuestas y conocimientos sobre el tema. Se profundizó en el estudio de los impactos y beneficios de los eventos al desarrollo comunitario desde aspectos organizativos, logísticos y comunicacionales.

PALABRAS CLAVES: EVENTO CIENTÍFICO-TÉCNICO, BENEFICIOS, IMPACTOS, COMUNIDAD, LA HABANA

ABSTRACT

The realization of Scientific-Technical Events constitutes an opportunity for growth and development for local communities that participate together with other actors in their organization, thus attracting new dynamics to their territory that allow greater diversification of the economy, and better quality of life for its communities. To fulfill the fundamental purpose of our research, actions are proposed for the contribution of this type of events to community development in the destination of Havana. To fulfill this objective, methods such as bibliographic and documentary analysis, interviews and surveys with eventists, actors, community members and tourism professionals were used, the results of which made it possible to validate and enrich our proposals and knowledge on the subject. The study of the impacts and benefits of the events on community development was deepened from organizational, logistical and communicational aspects.

KEYWORDS: SCIENTIFIC-TECHNICAL EVENT, BENEFITS, IMPACTS, COMMUNITY, HAVANA

PROPUESTA DE ACCIONES ESTRATÉGICAS PARA LA MEJORA DE LA COMPETITIVIDAD DE LAS AGENCIAS DE VIAJES CUBA

Dariel Armstrong Zulueta Código

Departamento de Formación Básica, Facultad de Turismo, Universidad de La Habana, La Habana, Cuba.

darielarmstrong@gmail.com

Yasser Vázquez Alfonso Código

Departamento de Formación Básica, Facultad de Turismo, Universidad de La Habana, La Habana, Cuba.

yalfos1@ftur.uh.cu

RESUMEN

Los cambios en el sector turístico, impulsados por la evolución del entorno y la demanda, han llevado a los destinos a adaptarse para mejorar su competitividad (Rodríguez & Rubio, 2016). En este contexto, las agencias de viajes (AAVV) deben utilizar tecnologías de manera efectiva para promover productos y servicios, lo cual es crucial para su competitividad (Párraga et al., 2024). Estas agencias, al actuar como intermediarias, requieren adaptarse a las dinámicas del mercado digital (Armstrong et al., 2023). La adopción de innovaciones como la inteligencia artificial y el marketing digital permite optimizar procesos y personalizar ofertas. El presente estudio tiene como objetivo general proponer acciones estratégicas para mejorar la competitividad de las agencias de viajes en Cuba, en el marco del Proyecto de Desarrollo y Competitividad del Producto Turístico Cubano, mediante el Índice Sintético Global de Competitividad (ISgc). Los resultados revelan que Amistur Cuba S.A. y San Cristobal S.A. se destacan

en experiencia del cliente y tecnología, mientras que Havanatur Tour&Travel presenta solidez en fidelización, pero presenta debilidades en precios y tecnología. Por su parte, Ecotur S.A. y Cubatur S.A. requieren fortalecer su dimensión tecnológica. En conclusiones se subraya la importancia que tuvo la consulta bibliográfica, el establecimiento de un ranking de agencias y la propuesta de acciones estratégicas que mitigarán debilidades y reforzarán áreas de mejora, buscando así consolidar la competitividad de las AAVV en Cuba

PALABRAS CLAVES: AGENCIAS DE VIAJES, ÍNDICE SINTÉTICO GLOBAL DE COMPETITIVIDAD (ISGC), ACCIONES ESTRATÉGICAS, ADAPTACIÓN, COMPETITIVIDAD, CUBA.

ABSTRACT

Changes in the tourism sector, driven by the evolution of the environment and demand, have led destinations to adapt in order to improve their competitiveness (Rodríguez & Rubio, 2016). In this context, travel agencies (TAs) must effectively utilize technologies to promote products and services, which is crucial for their competitiveness (Párraga et al., 2024). These agencies, acting as intermediaries, need to adapt to the dynamics of the digital market (Armstrong et al., 2023). The adoption of innovations such as artificial intelligence and digital marketing allows for the optimization of processes and the personalization of offers. This study, within the framework of the Project for the Development and Competitiveness of the Cuban Tourism Product, focuses on evaluating the competitiveness of TAs in Cuba using the Synthetic Global Competitiveness Index (ISgc). The general objective of this research is to propose strategic actions to improve the competitiveness of travel agencies in Cuba. The findings reveal that Amistur Cuba S.A. and San Cristobal S.A. excel in customer experience and technology, while Havanatur Tour & Travel shows strength in customer loyalty but has weaknesses in pricing and technology. Meanwhile, Ecotur S.A. and Cubatur S.A. need to strengthen their technological dimension. The conclusions emphasize the importance of establishing a ranking of agencies and proposing strategic actions that mitigate weaknesses and reinforce areas for improvement, thereby seeking to consolidate the competitiveness of TAs in Cuba.

KEYWORDS: TRAVEL AGENCIES, SYNTHETIC GLOBAL COMPETITIVENESS INDEX (ISGC), STRATEGIC ACTIONS, ADAPTATION, COMPETITIVENESS, CUBA.

LA CAPACIDAD DE CARGA TURÍSTICA EN LA PLANIFICACIÓN INTEGRAL DEL DESARROLLO DE DESTINOS URBANOS PATRIMONIALES. PROCEDIMIENTO PARA CIUDADES PATRIMONIALES DE CUBA

Niurka Cruz Sosa

Doctora en Ciencias Económicas

RESUMEN

El patrimonio cultural, más allá de su significado identitario, ha visto afianzado su rol como factor de desarrollo en las ciudades, por la utilidad como recurso turístico, y también por la oportunidad que ofrece el turismo como vehículo intercultural. Las zonas urbanas que concentran valores patrimoniales tienen un alto potencial para convertirse en destinos turísticos, pero también riesgos, pues cuando la actividad sobrepasa los límites que estas zonas pueden soportar, puede generar problemáticas de índole cultural, social, económica, medioambiental y política. Una mirada integral a la planificación proporciona mayor claridad de las interrelaciones del turismo y permite alinear sus objetivos en el desarrollo de estas zonas. Desde esta perspectiva, la capacidad de carga turística puede contribuir a consolidar el enfoque sistémico de la planificación del desarrollo. En el contexto cubano, el turismo es una actividad estratégica para el desarrollo de la nación, en la que se apuesta por las ciudades patrimoniales, territorios con un modelo de desarrollo que les concede a sus autoridades autonomía para la gestión. La presente investigación propone un procedimiento que incorpora la capacidad de carga turística en la planificación integral del desarrollo de ciudades patrimoniales de Cuba, para lo cual se ha apoyado fundamentalmente en la síntesis de la bibliografía sobre el tema objeto de estudio, el análisis comparativo, la técnica Delphi y el análisis estructural.

PALABRAS CLAVE: TURISMO, DESTINOS URBANOS PATRIMONIALES, PLANIFICACIÓN INTEGRAL, CAPACIDAD DE CARGA TURÍSTICA, CIUDADES

ABSTRACT

Cultural heritage, beyond its identity significance, has seen its role as a development factor in cities strengthened, due to its utility as a tourism resource and also for the opportunity that tourism offers as an intercultural vehicle. Urban areas that concentrate heritage values have a high potential to become tourist destinations, but also risks, as when the activity exceeds the limits these areas can withstand, it can generate cultural, social, economic, environmental, and political issues. A comprehensive approach to planning provides greater clarity on the interrelationships of tourism and allows aligning its objectives with the development of these areas. From this perspective, the tourism carrying capacity can contribute to consolidating the systemic approach to development planning. In the Cuban context, tourism is a strategic activity for the nation's development, focusing on heritage cities, territories with a development model that grants their authorities autonomy for management. This research proposes a procedure that incorporates tourism carrying capacity into the comprehensive development planning of Cuba's heritage cities, relying mainly on the synthesis of the literature on the subject of study, comparative analysis, the Delphi technique, and structural analysis.

KEYWORDS: TOURISM, URBAN HERITAGE DESTINATIONS, COMPREHENSIVE PLANNING, TOURISM CARRYING CAPACITY, CITIES.

ESTRATEGIA PARA EL MEJORAMIENTO DE LOS INDICADORES ASOCIADOS A LAS POLÍTICAS Y FACTORES QUE FAVORECEN LOS VIAJES Y EL TURISMO EN EL DESTINO CUBA

Brenda González Peraza

Profesora Departamento Hospitalidad

Mercedes del Carmen Franco.

Profesora de la Facultad de Turismo. Universidad de La Habana
mechy.franco1971@gmail.com

RESUMEN

El turismo es considerado en Cuba un sector estratégico, y así consta en Los principales documentos programáticos a nivel de país. Sin embargo, a pesar de la inclusión de la actividad turística en estos instrumentos normativos y de los esfuerzos sectoriales para aprovechar las fortalezas del destino, se aprecia una baja competitividad de la oferta turística. Estos elementos demandan el diseño de instrumentos que permitan mejorar la competitividad del destino Cuba a partir de las políticas y factores que favorecen los viajes y el turismo. La investigación parte del análisis bibliométrico de las bases teóricas vinculadas con la competitividad de los destinos y la política turística, identificando las tendencias actuales, que incluyen; el papel de los gobiernos y las instituciones públicas, la gobernanza y la articulación de actores, la sostenibilidad, el desarrollo local, y las externalidades del turismo. Como resultado del estudio se logró estimar la posición competitiva del destino país en cuanto a las políticas y factores que favorecen los viajes y el turismo, identificando indicadores que deben ser objeto de mejora, proponiendo acciones estratégicas.

PALABRAS CLAVE: POLITICA TURISTICA, COMPETITIVIDAD, ESTRATEGIA, TURISMO

ABSTRACT

Tourism is considered a strategic sector in Cuba, as reflected in the main programmatic documents at the national level. However, despite the inclusion of tourism activities in these regulatory instruments and sectoral efforts to leverage the strengths of the destination, there is a noticeable low competitiveness in the tourism offer. These elements necessitate the design of instruments that enhance the competitiveness of the Cuba destination based on policies and factors that favour travel and tourism. The research begins with a bibliometric analysis of theoretical bases related to destination competitiveness and tourism policy, identifying current trends that include the role of governments and public institutions, governance and actor articulation, sustainability, local development, and tourism externalities. As a result of the study, the competitive position of the country as a destination in terms of policies and factors that favour travel and tourism was estimated, identifying indicators that need improvement and proposing strategic actions.

KEYWORDS: TOURISM POLICY, COMPETITIVENESS, STRATEGY, TOURISM.

**PROPUESTAS PARA REDUCIR DEFICIENCIAS EN EL
COMERCIO ELECTRÓNICO EN LA AGENCIA DE VIAJES
CUBATUR S.A.**

Daniela Vidal Díaz

*Licenciada en Turismo; Universidad de La Habana, Cuba. Profesora
Departamento Viajes, Facultad de Turismo*

vidaldiazdaniela13@gmail.com

Minia Chibas Tait

*Licenciada en Turismo; Universidad de La Habana, Cuba. Guía de Turismo en
Agencia de Viajes Cubatur Ventas Internacionales*

miniachibas42@gmail.com

José Enrique Salgado Febles

Doctor en Ciencias. Universidad de La Habana. Profesor Departamento Viajes, Facultad de Turismo.

salgado.je@gmail.com

RESUMEN

El comercio electrónico ha transformado la información e interacción entre las organizaciones turísticas y los consumidores de viajes, provocando cambios en los hábitos de compra de estos y permitiendo favorecer el desarrollo de las organizaciones. Dicha comercialización en el sector turístico tiene lugar en un escenario dinámico, cambiante y competitivo, toda vez que la venta directa de productos y servicios online son elementos esenciales a tener en cuenta para garantizar la rentabilidad de una organización. Es por ello que el objetivo de este proyecto de investigación es reducir deficiencias en la comercialización electrónica de la agencia de viajes receptiva Cubatur S.A para con ello mitigar el impacto negativo en la comercialización de sus productos turísticos a través del sitio web. Para ello se realizó la observación y análisis de la situación actual, se tomaron en cuenta las características del mismo apoyando esta investigación en algunos indicadores y aspectos sobre la comercialización electrónica de sus productos. Se emplearon métodos, técnicas y herramientas como la observación directa no participativa, encuestas, entrevista no estructurada, análisis bibliográfico y documental; así como el análisis de los resultados de la aplicación de Diagrama Ishikawa y el uso de la herramienta digital *InSites* para la evaluación de sitios web. Los resultados evidenciaron que la agencia Cubatur S.A. presenta dificultades para aprovechar sustancialmente el sitio web en su estrategia de marketing electrónico. Por lo que se pretende a través de este proyecto de tesis, proponer acciones para reducir deficiencias en el comercio electrónico de la agencia de viajes Cubatur S.A.

PALABRAS CLAVES: COMERCIO ELECTRÓNICO, SITIO WEB, AGENCIA DE VIAJE, COMERCIALIZACIÓN ELECTRÓNICA.

ABSTRACT

E-commerce has transformed the information and interaction between tourism organizations and travel consumers, causing changes in their purchasing habits and favoring the development of organizations. This marketing in the tourism sector takes place in a dynamic, changing and competitive scenario, since the direct sale of products and services online are essential elements to be taken into account to ensure the profitability of an organization. That is why the objective of this research project is to reduce deficiencies in the electronic marketing of the incoming travel agency Cubatur S.A. in order to mitigate the negative impact on the marketing of its tourism products through the website. For this purpose, the observation and analysis of the current situation was carried out, taking into account the characteristics of the company, supporting this research in some indicators and aspects on the electronic commercialization of its products. Methods, techniques and tools were used, such as non-participatory direct observation, survey, no-structured interview, bibliographic and documentary analysis; as well as the analysis of the results of the application of the Ishikawa Diagram and the use of the InSites digital tool for the evaluation of websites. The results showed that the agency Cubatur S.A. presents difficulties to substantially take advantage of the website in its electronic marketing strategy. Therefore, the purpose of this thesis project is to propose actions to reduce deficiencies in the electronic commerce of the Cubatur S.A. travel agency.

KEYWORDS: E-COMMERCE, WEB SITE, TRAVEL AGENCY, E-MARKETING.

EVALUACIÓN DE LA COMPETITIVIDAD DE PRODUCTOS TURÍSTICOS DE NATURALEZA DEL OCCIDENTE CUBA

Yudemir Cruz Pérez.

Doctor en Ciencias. Universidad de La Habana. cruzperez Yudemir@gmail.com

Eduardo Padrón Figueras

Estudiante de Turismo. Universidad de La Habana

eduardofigueras6@gmail.com

RESUMEN

El propósito de la investigación fue evaluar la competitividad de los productos turísticos basados en la naturaleza del occidente de Cuba, para lo cual se llevaron a cabo tres etapas trabajo: la fundamentación teórica; la caracterización de los productos según rasgos físico geográficos y de atractivos, y con una lista de chequeo el desarrollo empírico general; y la valoración de los elementos esenciales sobre la competitividad mediante un cuestionario online y el análisis del producto líder. De la investigación resultó que el nivel de desarrollo empírico general de los 13 productos turísticos es medio, y algunos como Viñales y Soroa, muy adecuados en comparación con el resto, lo que ha conllevado a opiniones positivas de los visitantes. Las ventajas frente a los productos reales de viaje del centro y oriente de Cuba son bajas, en cambio, la competitividad, según aspectos clave necesitan mejoras en la oferta, sobre la demanda, desde las organizaciones conexas y de apoyo, así como de la estrategia, estructura y rivalidad, de acuerdo con las opiniones de los encuestados, dado el escaso enfoque de marketing existente en el país. El líder entre los productos estudiados fue la Excursión a Viñales que exhibe 12 posibles ventajas competitivas frente a sus homólogos, entre ellas dos ventajas percederas: la ostensión de la categoría de Paisaje Cultural de la Humanidad y el atesorar fenómenos cársicos únicos y endemismos locales en flora y fauna, sin embargo, son ventajas principalmente comparativas, que no aseguran fortaleza ante la competencia.

PALABRAS CLAVE: COMPETITIVIDAD, PRODUCTOS TURÍSTICOS, NATURALEZA, OCCIDENTE DE CUBA.

ABSTRACT

The purpose of the research was to evaluate the competitiveness of tourism products based on the nature of western Cuba, for which three stages of work were carried out: the theoretical foundation; the characterization of the products according to physical, geographical and attractive features, and with a checklist the general empirical development; and the assessment of the essential elements of competitiveness through an online questionnaire and the analysis of the leading product. From the research it turned out that the level of general

empirical development of the 13 tourism products is medium, and some, such as Viñales and Soroa, are very adequate compared to the rest, which has led to positive opinions from visitors. The advantages over real travel products from central and eastern Cuba are low, however, competitiveness, according to key aspects, requires improvements in supply, on demand, from related and support organizations, as well as from the strategy, structure and rivalry, according to the opinions of those surveyed, given the limited marketing focus that exists in the country. The leader among the products studied was the Excursion to Viñales, which exhibits 12 possible competitive advantages over its counterparts, including two perishable advantages: the display of the category of Cultural Landscape of Humanity and the collection of unique karst phenomena and local endemism's in flora and fauna, however, are mainly comparative advantages, which do not ensure strength in the face of competition.

KEYWORDS: COMPETITIVENESS, TOURISM PRODUCTS, NATURE, WESTERN CUBA.

MODELO PRELIMINAR DE EVALUACIÓN DEL NIVEL DE DESARROLLO DE LOS DESTINOS TURÍSTICOS CUBANOS

Yoan Hernández Flores

Máster en Gestión Turística. Jefe Departamento Docente Viajes. Facultad de Turismo, Universidad de La Habana

yoan.hernandez@ftur.uh.cu

Lisandra Torres Hechavarría

Doctora en Ciencias Económicas. Decana, Facultad de Turismo, Universidad de La Habana.

lisandra.torres@ftur.uh.cu

Ramón Martín Fernández

Doctor en Ciencias Económicas. Departamento Turismo, Facultad de Turismo, Universidad de La Habana.

RESUMEN

Es premisa de los destinos, en el contexto actual, reorientar sus estrategias de gestión en correspondencia con los cambios de la demanda y teniendo en cuenta los elementos del entorno dinámico y cada vez más cambiante. En el caso de Cuba, desde la academia se ha reconocido la necesidad de reformular sus formas de actuación en aras de mejorar su posicionamiento y la competitividad como destino. Esta investigación es resultado de varios estudios llevados a cabo por estudiantes e investigadores entre los años 2021 y 2024. Los datos presentados corresponden al objetivo de diseñar un modelo para la evaluación del nivel de desarrollo de los destinos cubanos, lo cual permita alinear las estrategias de gestión a la realidad inmediata de estos. Para ello, se han utilizado diferentes herramientas que han permitido identificar modelos internacionales, variables, indicadores que describan el comportamiento del desarrollo de estos productos turísticos. Los resultados muestran una propuesta de modelo validada mediante un estudio de caso, y a partir de ello sus imprecisiones y puntos de mejora en aras de presentar al Ministerio de Turismo una propuesta más completa y atemperada a la realidad cubana.

PALABRAS CLAVE: DESTINOS; NIVEL DE DESARROLLO; MODELO; ESTRATEGIAS; ESTUDIO DE CASO.

ABSTRACT

In the current context, it is a premise for destinations to reorient their management strategies in accordance with changes in demand and taking into account the elements of the dynamic and increasingly changing environment. In the case of Cuba, the need to reformulate its ways of acting in order to improve its positioning and competitiveness as a destination has been recognized by academia. This research is the result of several studies carried out by students and researchers between 2021 and 2024. The data presented correspond to the objective of designing a model for the evaluation of the level of development of Cuban destinations, which allows aligning management strategies with their immediate reality. To this end, different tools have been used that have allowed the identification of international models, variables, and indicators that describe the

behavior of the development of these tourist products. The results show a model proposal validated through a case study, and from this, its inaccuracies and points of improvement in order to present to the Ministry of Tourism a more complete proposal that is more suited to Cuban reality.

KEYWORDS: DESTINATIONS; LEVEL OF DEVELOPMENT; MODEL; STRATEGIES; CASE STUDY.

LA GOBERNANZA TURÍSTICA COMO INSTRUMENTO DINAMIZADOR EN DESTINOS DE CIUDADES PATRIMONIALES. CASO CIUDAD DE CAMAGÜEY, CUBA

Geiser Perera Tellez

Centro de Estudios Multidisciplinarios del Turismo "Universidad de Camagüey"

RESUMEN

La creciente complejidad de las relaciones entre los diferentes tipos de actores, públicos y privados, implicados en la gestión turística de un destino exige generar un entorno estable que facilite la negociación, discusión, cooperación y articulación de todos ellos para la consecución de los objetivos establecidos. Es así que la gobernanza surge como modelo innovador de gobierno, clave en los modelos actuales de gestión turística, permitiendo dinamizar aquellos espacios potenciados con fines turísticos y una mayor capacidad de participación de la población en la toma de decisiones. Actualmente, existen destinos turísticos patrimoniales que son reconocidos a nivel internacional por aplicar la gobernanza, en ellos se demuestra la necesidad de un Ente Gestor que agrupe a los actores implicados en la actividad turística y contemple el cumplimiento de los principios de buena gobernanza. El objetivo de este trabajo es evaluar el papel del gobierno municipal en la gestión y dinamización de la ciudad de Camagüey como destino turístico sobre la base de los referentes que deberían observarse para transitar hacia un modelo de gobernanza turística. Dentro de los resultados obtenidos se encuentra la propuesta y validación de los principios e indicadores de la gobernanza turística adecuados al contexto de los destinos patrimoniales cubanos. Se corrobora además la inexistencia de un Ente Gestor,

falta de liderazgo del Gobierno Municipal y no manifestación de los principios de la gobernanza turística. Finalmente, se propone un plan de acción que permite impulsar la gestión turística de la ciudad con la integración de todos los actores.

ABSTRACT

The increasing complexity of the relationships between different types of actors, both public and private, involved in the tourism management of a destination requires creating a stable environment that facilitates negotiation, discussion, cooperation, and articulation among all of them to achieve the established objectives. Thus, governance emerges as an innovative model of government, crucial in current tourism management models, allowing the dynamization of spaces enhanced for tourism purposes and a greater capacity for population participation in decision-making. Currently, there are heritage tourism destinations recognized internationally for applying governance. These demonstrate the need for a Management Entity that groups the actors involved in tourism activity and contemplates the fulfillment of good governance principles. The objective of this work is to evaluate the role of the municipal government in the management and dynamization of the city of Camagüey as a tourist destination based on the references that should be observed to transition towards a model of tourism governance. Among the results obtained is the proposal and validation of the principles and indicators of tourism governance suitable for the context of Cuban heritage destinations. Additionally, it confirms the lack of a Management Entity, the absence of leadership from the Municipal Government, and the lack of manifestation of tourism governance principles. Finally, a plan of action is proposed to boost the city's tourism management with the integration of all actors.

DESARROLLO ORGANIZACIONAL EN INSTALACIONES DEL DESTINO CAYO SANTA MARÍA PARA POTENCIAR EL APRENDIZAJE Y LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO.

Dra.C. Alexis Orlando García Fleites

Profesor Titular del Centro de Estudios de Dirección Empresarial. Universidad Central Marta Abreu de Las Villas

alexisogf@gmail.com

Lic. Mercedes García Díaz

Especialista en Capacitación, Delegación de Gaviota Centro. Cursista de la Maestría en Dirección de la Universidad Central Marta Abreu de Las Villas

mer123098@gmail.com

Lic. Yanisleidy Ferrer Águila

Jefe de Grupo Jurídico, Delegación de Gaviota Centro. Cursista de la Maestría en Dirección de la Universidad Central Marta Abreu de Las Villas.

yaniabraham@gmail.com

RESUMEN

La gestión del conocimiento les permite a las instalaciones turísticas tener una mejor visión estratégica de la captación, uso y control del conocimiento como activo clave, como fuente de generación de valor; lo que actualmente, debe analizarse ligado a la disposición de dicho conocimiento de forma oportuna, precisa y rápida, a través de soportes tecnológicos. La presente ponencia muestra los resultados parciales de una investigación que se propone diseñar un programa de desarrollo organizacional centrado en la gestión del conocimiento para la mejora del desempeño de las instalaciones turísticas del Destino Cayo Santa María. De esta forma, se pretende generar una cultura organizacional donde el comportamiento individual y grupal promueva la construcción del conocimiento, su multiplicación y uso compartido en las instalaciones. Para el

desarrollo del trabajo se aplicaron instrumentos y técnicas de investigación como el análisis documental, la observación, el trabajo grupal y la entrevista a expertos.

PALABRA CLAVE: DESARROLLO ORGANIZACIONAL, GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO, GESTIÓN

TURÍSTICA.

ABSTRACT

Knowledge management allows touristic organizations to have a better strategic vision of the capture, use and control of knowledge as a key asset, as a source of value generation; actually, it must be analyzed linked to the availability of said knowledge in a timely, precise and fast manner, through technological supports. This paper shows the partial results of a research that aims to design an organizational development program focused on knowledge management to improve the performance of the tourist facilities of the Key Santa María Destination. In this way, the aim is to generate an organizational culture where individual and group behavior promotes the construction of knowledge, its multiplication and shared use in the facilities. To develop the work were applied, among which, documentary analysis, observation, group work and interviews with experts stand out.

KEYWORD: KNOWLEDGE MANAGEMENT, ORGANIZATIONAL DEVELOPMENT, TOURISM MANAGEMENT.

EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO DE LOS CUADROS EN EL HOTEL IBEROSTAR ENSENACHOS COMO HERRAMIENTA DE FORMACIÓN CONTINUA

Cesar Javier Granado Avalo

Ingeniero Industrial. Director de Recursos Humanos. Hotel Iberostar Selection Ensenachos Identificador

cgranado940202@gmail.com

Aylin Velazquez González

Licenciada en Derecho. Director de Recursos Humanos. Hotel Melia Cayo Santa María.

yony4@nauta.cu

Dr. C. Maria Sotolongo Sánchez

Ingeniera Industrial, Profesor Titular. Coordinadora Programa de Doctorado Ingeniería Industrial, Universidad Central “Marta Abreu” de las Villas (UCLV).

msotolongo@uclv.edu.cu

RESUMEN

La evaluación del resultado individual del trabajo de los cuadros del sector del turismo es de suma importancia en los resultados de cada hotel y con ellos, El “Hotel Iberostar Selection Ensenachos” al igual que el resto de los hoteles de GAVIOTA en el país evalúa el desempeño por indicadores generales sin considerar las funciones y tareas específicas de los puestos de trabajo, lo cual no permite gestionar el capital humano de manera más eficiente. Por tanto, de lo anteriormente expuesto se derivó un problema científico a resolver que se manifiesta en cómo mejorar la contribución de los cuadros en la gestión del “Hotel Iberostar Selection Ensenachos”, a través de la evaluación del desempeño. Fueron utilizados métodos a nivel empírico: el análisis documental, la entrevista y la observación directa. Como principal resultado, se desarrolló un procedimiento para evaluación del resultado individual del trabajo, constituyendo este el principal aporte de la investigación.

PALABRAS CLAVE: CAPITAL HUMANO, EVALUACIÓN DEL DESEMPEÑO, HOTEL.

ABSTRACT

The evaluation of the individual results of the work of the tourism sector staff is of utmost importance in the results of each hotel. The “Hotel Iberostar Selection Ensenachos”, like the rest of the GAVIOTA hotels in the country, evaluates performance by general indicators without considering the specific functions and tasks of the jobs, which does not allow for managing human capital in a more

efficient way. Therefore, from the above, a scientific problem to be solved was derived, which manifests itself in how to improve the contribution of management in the management of the “Hotel Iberostar Selection Ensenachos”, through performance evaluation. Empirical methods were used: documentary analysis, interviews and direct observation. As the main result, a procedure was developed to evaluate the individual results of the work, constituting this the main contribution of the research.

KEYWORDS: HUMAN CAPITAL, PERFORMANCE EVALUATION, HOTEL.

SANTA CLARA, MÁS QUE CHE: LA ENERGÍA DE SU CULTURA.

Dianelis de la Caridad López Chaviano

Lic. Ciencias Económicas. Galería Bar El Mejunje

dianelislopezchaviano@gmail.com

RESUMEN

Santa Clara, no solo es un punto histórico, también late con la energía de su cultura y tradiciones. La ciudad vibra con el ritmo cubano, pero con un toque particular. Santa Clara es cuna del son cubano, y se siente en cada esquina. La música tradicional, la salsa y las fiestas populares te invitan a bailar y disfrutar la alegría caribeña. Las fiestas populares de Santa Clara son un espectáculo vibrante, lleno de música, comida y alegría. La tradición de las comparsas, con sus trajes coloridos y bailes llenos de energía, es un símbolo de la cultura local. La cocina, además de sabrosa, es rica en tradiciones. Platos como el ajiaco, el congri y la carne asada, se preparan con recetas que se transmiten de generación en generación. Si buscas un viaje donde puedas conectar con el alma cubana, con sus tradiciones, su música y su gente, Santa Clara es el lugar ideal. Es una ciudad que te invita a vivir la cultura, a disfrutar de la vida, y a llevarte un pedacito de Cuba en el corazón.

PALABRAS CLAVES: TURISMO, CIUDAD, ATRACCIÓN, EVENTOS.

ABSTRACT

Santa Clara, Cuba, is not only a historical point, it also pulses with the energy of its culture and traditions. The city vibrates with the Cuban rhythm, but with a particular touch. Santa Clara is the birthplace of Cuban son, and it can be felt on every corner. Traditional music, salsa and popular festivals invite you to dance and enjoy the Caribbean joy. The popular festivals of Santa Clara are a vibrant spectacle, full of music, food and joy. The tradition of the comparsas, with their colorful costumes and energetic dances, is a symbol of local culture. The cuisine, in addition to being tasty, is rich in traditions. Dishes such as ajiaco, congrí and roast beef are prepared with recipes that are passed down from generation to generation. If you are looking for a trip where you can connect with the Cuban soul, with its traditions, its music and its people, Santa Clara is the ideal place. It is a city that invites you to experience culture, enjoy life, and take a little piece of Cuba in your heart.

KEYWORDS: TOURISM, CITY, ATTRACTION, EVENTS.

**ESTRATEGIAS DE DISEÑO DE PRODUCTOS PARA
ENFRENTAR LAS TENDENCIAS DEL MERCADO TURÍSTICO**

Lic. Yasel Delgado Díaz

Director Adjunto Plaza Extrahotelera La Estrella Cayo Santa María

mesagislana@gmail.com

Lic. Pedro Javier Piloto Rodríguez

Director Marina Cayo Santa María

mesagislana@gmail.com

Dra. C. Gislana Mesa Contreras

Centro de Estudios de Dirección Empresarial. Universidad Central Marta Abreu de Las Villas.

mesagislana@gmail.com

RESUMEN

Los retos de la recuperación post pandemia han definido un replanteamiento del turismo desde el punto de vista de sus aportaciones reales a las personas y al planeta, hacia un turismo más sostenible, inclusivo y resiliente. En este orden, se hace necesario adoptar estrategias que acerquen las ofertas a las verdaderas necesidades actuales de los distintos segmentos turísticos. El presente trabajo aborda un análisis de las posibilidades de mejora de los productos turísticos en un grupo de instalaciones extra hoteleras del destino Cayo Santa María. Al respecto se selecciona y describe un procedimiento de diseño de productos turísticos para ampliar la posibilidad de ofertar opciones que respondan a las actuales demandas del mercado, seleccionando la metodología propuesta por SERNATUR (2015). Una vez seleccionado el procedimiento se procede a valorar las posibles opciones a partir de una tormenta de ideas en un grupo focal, dando como resultado dos líneas de desarrollo de productos turísticos para la actividad extra hotelera. Estos resultados forman parte de una investigación en curso, con vistas a perfeccionar la gestión turística ante las nuevas tendencias del mercado.

PALABRAS CLAVE: DISEÑO DE PRODUCTOS TURÍSTICOS, DIVERSIFICACIÓN TURÍSTICA,

ACTIVIDAD EXTRA HOTELERA

ABSTRACT

The challenges of post-pandemic recovery have defined a rethinking of tourism from the point of view of its real contributions to people and the planet, towards a more sustainable, inclusive and resilient tourism. In this order, it is necessary to adopt strategies that bring the offers closer to the true current needs of the different tourism segments. The present work addresses an analysis of the possibilities of improving tourism products in a group of extra hotel facilities in the Cayo Santa María destination. In this regard, a procedure for designing tourism products is selected and described to expand the possibility of offering options that respond to current market demands, selecting the methodology proposed by SERNATUR (2015). Once the procedure has been selected, the possible options are evaluated based on a brainstorming session in a focus group, resulting in two

lines of development of tourist products for extra hotel activity. These results are part of ongoing research, with a view to improving tourism management in the face of new market trends.

KEYWORDS: DESIGN OF TOURISM PRODUCTS, TOURISM DIVERSIFICATION, EXTRA HOTEL ACTIVITY

NECESIDADES SOBRE UN SISTEMA DE INFORMACIÓN COMO HERRAMIENTA TECNOLÓGICA BÁSICA PARA EL TURISMO SOSTENIBLE EN PASTAZA

Tania Cristina Cevallos Punguil. *Ecuador*

RESUMEN

El propósito de la investigación fue determinar las necesidades sobre un sistema de información como herramienta tecnológica básica para el turismo sostenible en Pastaza. El trabajo se desarrolló con el análisis de la estructura del sistema actual en base a sistemas similares para el manejo y gestión de la información turística, y con una entrevista semiestructurada a especialistas pertenecientes a los actores públicos y privados del sector turístico de Pastaza, a través de un trabajo en equipo técnico. Entre los resultados principales se obtuvo que el turismo apoyado en plataforma big data en la nube en tiempo real, como en España, se localizan más de 12 destinos que han logrado cumplir este propósito, en América Latina,

Argentina, Brasil, México y Colombia crearon la Red de destinos turísticos inteligentes de la región, y en Ecuador, Quito y Guayaquil están reconocidos como destinos turísticos inteligentes, mientras que Manta, Cuenca, Portoviejo están en ese proceso. A partir de la entrevista se encontró que entre los actores del turismo local existe una alta disposición y compromiso para ser proveedores de la información, además un 32,5 % requiere que se gestione la información a un nivel especializado enfocado en la demanda y un 22 % a un nivel prospectivo. Finalmente, el sistema que se diseñe será de fácil acceso y difusión del conocimiento, para mejorar los procesos de planificación estratégica orientado

hacia un modelo sostenible, con la transformación de datos en conocimiento y facilitando para la toma de decisión en el sector turístico de Pastaza.

PALABRAS CLAVE: DATOS, SUSTENTABLE, VIAJAR, TURÍSTICO, PLANIFICACIÓN.

ABSTRACT

The purpose of the research was to determine the needs for an information system as a basic technological tool for sustainable tourism in Pastaza. The work was developed with the analysis of the structure of the current system based on similar systems for the handling and management of tourist information, and with a semi-structured interview with specialists belonging to the public and private actors of the tourism sector of Pastaza, through of technical teamwork. Among the main results, it was obtained that tourism supported by a big data platform in the cloud in real time, as in Spain, there are more than 12 destinations that have managed to fulfill this purpose, in Latin America, Argentina, Brazil, Mexico and Colombia created the Network of smart tourist destinations in the region, and in Ecuador, Quito and Guayaquil are recognized as smart tourist destinations, while Manta, Cuenca, Portoviejo are in that process. From the interview, it was found that among local tourism actors there is a high willingness and commitment to be information providers, in addition, 32.5 % require information to be managed at a specialized level focused on demand and 22 % at a prospective level. Finally, the system designed will be easy to access and disseminate knowledge, to improve strategic planning processes oriented towards a sustainable model, with the transformation of data into knowledge and facilitating decision making in the tourism sector of Pastaza.

KEYWORDS: DATA, SUSTAINABLE, TRAVEL, TOURISM, PLANNING.

INVESTIGACIÓN SOBRE ESTRATEGIAS DE DESARROLLO DEL TURISMO RURAL EN LA PROVINCIA DE GUANGDONG

Liu Shilin.

Facultad de Turismo. Universidad de La Habana.

RESUMEN

Con la mejora del nivel de vida de las personas y el crecimiento de su demanda por una vida mejor, la demanda de la industria turística crece día a día. La construcción del turismo rural está en auge, promoviendo efectivamente la mejora integral de todos. campos en nuestro país. En los últimos años, el turismo rural en Guangdong se ha desarrollado vigorosamente, pero también hay muchos problemas, como el desarrollo irrazonable de los recursos turísticos, la pérdida gradual de la cultura local, la infraestructura deficiente y la baja calidad de los servicios turísticos. Para resolver estos problemas, debemos adoptar medidas. el desarrollo de productos turísticos diferenciados, proteger y heredar la cultura local, fortalecer la construcción de infraestructura, mejorar la calidad de los servicios de turismo rural y construir una plataforma de turismo rural inteligente para promover el desarrollo sostenible del turismo rural.

PALABRAS CLAVE: TURISMO RURAL; PROVINCIA DE GUANGDONG;
CONTRAMEDIDAS

ABSTRACT

With the improvement of people's living standards and their growing demand for a better life, the demand for the tourism industry is increasing day by day. The development of rural tourism is booming, effectively promoting the overall improvement of all fields in our country. In recent years, rural tourism in guangdong has developed vigorously, but there are also many problems, such as the unreasonable development of tourism resources, the gradual loss of local culture, poor infrastructure, and low quality of tourism services. To solve these problems, we must adopt measures such as the development of differentiated tourism products, protecting and inheriting local culture, strengthening infrastructure construction, improving the quality of rural tourism services, and building an intelligent rural tourism platform to promote the sustainable development of rural tourism.

KEYWORDS: RURAL TOURISM; GUANGDONG PROVINCE;
COUNTERMEASURES

ESTRATEGIA DE MARKETING INTERNO PARA CONTRIBUIR A MEJORAR LA SATISFACCIÓN LABORAL EN ENTIDADES TURÍSTICAS

Ana Bárbara Guillen Guillen.

RESUMEN

El Hotel Grand Aston Cayo Las Brujas a pesar de contar con un excelente nivel de formación del personal, y con un Consejo de Dirección con años de experiencia, no está gestionando de forma efectiva estrategias para contribuir a la satisfacción laboral, lo que deriva en insuficiencias en la calidad del servicio. Por tanto, de lo anteriormente expuesto se derivó un problema de investigación a resolver ¿en qué medida una estrategia de marketing interno puede contribuir a la satisfacción laboral en el Hotel Grand Aston Cayo Las Brujas? Fueron utilizados métodos a nivel empírico: el análisis documental, la entrevista, la encuesta y la observación directa. Como principal aporte de la investigación, se desarrolló un procedimiento metodológico para proponer estrategias de marketing interno en aras de contribuir a mejorar la satisfacción laboral en el hotel.

ABSTRACT

Despite having an excellent level of staff training and a Board of Directors with years of experience, the Grand Aston Cayo Las Brujas Hotel is not effectively managing strategies to contribute to job satisfaction, which leads to deficiencies in service quality. Therefore, the research problem to be solved is: To what extent can an internal marketing strategy contribute to job satisfaction at the Grand Aston Cayo Las Brujas Hotel? Empirical methods were used: document analysis, interviews, surveys, and direct observation. The main contribution of the research was the development of a methodological procedure to propose internal marketing strategies aimed at improving job satisfaction in the hotel.

TURISMO REGENERATIVO, HACIA UN CAMBIO DEL PARADIGMA DE LA SUSTENTABILIDAD. APORTES EN SU IMPLEMENTACIÓN A ESCALA LOCAL

MSc. Guillermina Fernández.

CINEA (Centro de Investigaciones y Estudios Ambientales) FCH (Facultad de Ciencias Humanas). UNICEN (Universidad Nacional del Centro). Tandil. Buenos Aires. Argentina.

guillerminafernandez@fch.unicen.edu.ar

RESUMEN

El trabajo propone analizar los alcances del turismo regenerativo para incorporar dimensiones a la sustentabilidad del turismo a escala local, a partir de los aportes de diferentes disciplinas. Se utiliza una metodología cualitativa, exploratoria y descriptiva a partir de la revisión conceptual y analítica de los alcances del turismo regenerativo, sus dimensiones y sus variables de análisis principales aplicadas a la planificación estratégica a escala local. Retomando a Teruel & Briceño (2018), Reyes, G. (2021), propone que “el turismo regenerativo es un entendimiento emergente, evolutivo, dinámico, que incluye a la sostenibilidad dentro del marco de sistemas vivos y enfatiza la relación del ser humano consigo mismo, con el otro y con la naturaleza; para construir la capacidad de los sistemas socio-ambientales y obtener un crecimiento saludable a largo plazo en interacciones que sean mutuamente beneficiosas”. El actual corpus de aportes de diferentes autores y diversas disciplinas configura una mirada que destaca dos dimensiones claves, la resiliencia y la coevolución. Esta última pone el acento en aportes claves en los procesos de participación y alianzas en contextos de sustentabilidad. La resiliencia da a los procesos de mitigación y adaptación su importancia radical, en la transformación de las políticas locales en materia de turismo. Las variables a destacar son: el descubrimiento de relaciones compatibles, la identificación de la riqueza de forma holística, el diseño de estrategias innovadoras, adaptativas y responsivas; el respeto a la comunidad y el lugar; la abundancia del efecto límite, el flujo circulatorio robusto y la búsqueda del equilibrio.

PALABRAS CLAVE: TURISMO REGENERATIVO, COEVOLUCIÓN, RESILIENCIA, DESARROLLO

LOCAL, SUSTENTABILIDAD

ABSTRACT

El trabajo propone analizar los alcances del turismo regenerativo para incorporar dimensiones a la sustentabilidad del turismo a escala local. Se analizan los aportes de diferentes disciplinas. Se utiliza una metodología cualitativa, exploratoria y descriptiva a partir de la revisión conceptual y analítica. Los aspectos considerados son: las dimensiones del turismo regenerativo y sus variables de análisis principales aplicadas a la planificación estratégica a escala local. Retomando a Teruel & Briceño (2018), Reyes, G. (2021), propone que “el turismo regenerativo es un entendimiento emergente, evolutivo, dinámico, que incluye a la sostenibilidad dentro del marco de sistemas vivos y enfatiza la relación del ser humano consigo mismo, con el otro y con la naturaleza; para construir la capacidad de los sistemas socio-ambientales y obtener un crecimiento saludable a largo plazo en interacciones que sean mutuamente beneficiosas”. El aporte desde diferentes autores y disciplinas configura una mirada que destaca dos dimensiones claves, la resiliencia y la coevolución. Esta última pone el acento en aportes claves en los procesos de participación y alianzas en contextos de sustentabilidad. La resiliencia da importancia a los procesos de mitigación y adaptación. Su importancia está en la transformación de las políticas locales en materia de turismo. Las variables a destacar son: el descubrimiento de relaciones compatibles, la identificación de la riqueza de forma holística, el diseño de estrategias innovadoras, adaptativas y responsivas; el respeto a la comunidad y el lugar; la abundancia del efecto limítrofe, el flujo circulatorio robusto y la búsqueda del equilibrio.

KEYWORDS: REGENERATIVE TOURISM, COEVOLUTION, RESILIENCE, LOCAL DEVELOPMENT, SUSTAINABILITY

PATRIMONIO Y TURISMO: EXPERIENCIA EN VIÑALES, PAISAJE CULTURAL DE LA HUMANIDAD

Marlen Silva López.

Alina Jimenez Morejón

Noelia Afre Socorro

RESUMEN

Uno de los atributos de declaratoria de Viñales como Patrimonio Cultural de la Humanidad en la categoría de Paisaje Cultural Evolutivo lo constituye su artesanía tradicional, una manifestación centenaria de la localidad surgida en el siglo XIX y componente del llamado patrimonio cultural inmaterial del territorio que identifica a esta comunidad específicamente en los géneros de cestería, tejido, bordado y parche. El acelerado desarrollo turístico alcanzado a partir de su inclusión en la Lista del Patrimonio Mundial, ha propiciado un elevado flujo de visitantes nacionales e internacionales, lo cual ha tenido impactos indeseados sobre su patrimonio cultural y natural. En este sentido la investigación tuvo como principal objetivo valorar la relación patrimonio y turismo en el actual contexto de Viñales. El estudio fue realizado desde una perspectiva investigativa descriptiva y la recurrencia a métodos de los niveles teórico y empíricos junto a técnicas de la investigación científica. Los principales resultados y conclusiones del estudio apuntan a la necesidad de reforzar el vínculo patrimonio turismo, en aras de mostrar la artesanía tradicional del territorio como una oferta turística asociada a la promoción de la identidad cultural y los valores culturales locales.

ABSTRACT

One of the attributes of Viñales' declaration as a World Cultural Heritage Site in the category of an Evolving Cultural Landscape is its traditional crafts. These are a centuries-old manifestation of the locality, emerging in the 19th century, and form part of the intangible cultural heritage of the area. They specifically identify this community in the genres of basketry, weaving, embroidery, and patchwork. The rapid tourism development following its inclusion in the World Heritage List has led to a high influx of both national and international visitors, which has had

undesirable impacts on its cultural and natural heritage. In this context, the primary objective of the research was to assess the relationship between heritage and tourism in the current situation of Viñales. The study was conducted from a descriptive investigative perspective, utilizing both theoretical and empirical methods along with scientific research techniques. The main results and conclusions of the study point to the necessity of strengthening the heritage-tourism link to showcase the traditional crafts of the area as a tourist offering associated with the promotion of cultural identity and local cultural values.

ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO TURÍSTICO DE LA CIUDAD SANTA CLARA, BASADO EN ATRIBUTOS DE SOSTENIBILIDAD

Dra. P.T Kenia Alvarez Cepero

*Departamento de Turismo Universidad Central “Marta Abreu” de Las Villas.
Santa Clara, Cuba.*

keniaac@uclv.edu.cu

Dra. C. Dayana Duffus Miranda.

Departamento de Economía. Universidad Central Marta Abreu de Las Villas.
dduffusm@uclv.edu.cu

Lic. Dianelis Magdalena Tusell Hormigó.

Licenciada en Turismo

RESUMEN

El posicionamiento es definido como el lugar que se ocupa en la mente de otras. Este tema es poco estudiado sin conocer, que a pesar de que no se realicen acciones para posicionar por mercadólogos, los clientes se encargan de hacerlo. En el Destino Santa Clara existe un insuficiente conocimiento por parte de los directivos sobre su posicionamiento en el segmento de mercado *turismo de recorrido* que visita la ciudad; debido, entre otras causas a la carencia de una estrategia de marketing impulsada por gestores del turismo que consolide una

adecuada estrategia de diferenciación y posicionamiento en este segmento de mercado, destacando aquellos puntos en los que se posee ventajas con relación a la competencia. Los objetivos de la presente investigación se centran en proponer una estrategia de posicionamiento, basado en los indicadores de sostenibilidad de la ciudad de Santa Clara, partiendo de una revisión bibliográfica del tema que aporte los procedimientos necesarios para su elaboración y un diagnóstico de la situación actual. Se emplean métodos del nivel teórico como la síntesis y análisis histórico lógico y del nivel empírico como son la entrevista y la observación con el apoyo en herramientas como los gráficos de posicionamiento.

PALABRAS CLAVES: POSICIONAMIENTO, SANTA CLARA, TURISMO CULTURAL

ABSTRACT

Positioning is defined as the place that is occupied in the minds of others. This topic is little studied without knowing that despite the fact that no actions are taken to position by marketers, customers are in charge of doing it. In Destination Santa Clara, there is insufficient knowledge on the part of the managers about its positioning in the market segment, travel tourism that visits the city; due, among other causes, to the lack of a marketing strategy promoted by tourism managers that consolidates an adequate strategy of differentiation and positioning in this market segment, highlighting those points in which there are advantages in relation to the competition. The objectives of this research are focused on proposing a positioning strategy, based on the sustainability indicators of the city of Santa Clara, based on a bibliographic review of the subject that provided the necessary procedures for its elaboration.

KEYWORDS: POSITIONING, SANTA CLARA, CULTURAL TOURISM

PROPUESTA DE ACCIONES PARA MEJORAR LA GESTIÓN DE EVENTOS EN EL HOTEL MELIÁ INTERNACIONAL VARADERO

MSc. Delfina Ibarra Vargas

Centro de Capacitación del MINTUR en Matanzas delfina@ehtv.mintur.tur.cu

Lic. Fernando Ernesto García Bayón

RESUMEN

El Hotel Meliá Internacional, diseñado como sede para diferentes tipologías de eventos, unido a su experiencia de explotación hasta la actualidad, ha demostrado que los operadores de viajes nacionales e internacionales se interesan por estos servicios, aprovechando las facilidades que ofrece la innovadora instalación. Teniendo en cuenta que su inserción en la actividad turística se inicia en un escenario internacional afectado por la pandemia originada por la COVID 19 y el recrudecimiento del bloqueo, resalta la prioridad que le concede el país en este momento a la modalidad de eventos por su impacto en el desarrollo del sector turismo y otras esferas del país. El presente trabajo tiene como objetivo general diseñar acciones para mejorar la gestión de eventos en el Hotel Meliá Internacional de Varadero, basadas en el análisis cualitativo y cuantitativo de indicadores de eventos; para lograr este propósito se apoyó en técnicas y herramientas para la recogida de información tales como: análisis de contenido, entrevistas, análisis estadísticos, observación participante y Microsoft Excel. Se identificó como fortaleza fundamental la magnífica infraestructura y su tecnología y en la observación se detectó el requerimiento de acciones de comercialización, comunicación, marketing digital y capacitación para que los eventos se conformen como una importante fuente de ingresos. La propuesta de acciones para mejorar la gestión de los eventos en el Hotel Meliá Internacional de Varadero, contribuirá a disminuir la estacionalidad turística y elevar el posicionamiento, impactando positivamente en los indicadores, los cuales favorecerán los resultados económicos, comerciales y de comunicación.

PALABRAS CLAVES: EVENTOS, GESTIÓN COMERCIAL, COMUNICACIÓN, MARKETING DIGITAL.

ABSTRACT

The Hotel Meliá Internacional, designed as a venue for different types of events, together with its operating experience to date, has shown that national and international travel operators are interested in these services, taking advantage of the facilities offered by the innovative facility. Taking into account that its

insertion in the tourist activity begins in an international scenario affected by the pandemic caused by COVID 19 and the tightening of the blockade, it highlights the priority that the country grants at this time to the event modality due to its impact. in the development of the tourism sector and other spheres of the country. The general objective of this work is to design actions to improve event management at the Hotel MeliáInternacional de Varadero, based on the qualitative and quantitative analysis of event indicators; To achieve this purpose, it relied on techniques and tools for collecting information such as: content analysis, interviews, statistical analysis, participant observation and Microsoft Excel. The magnificent infrastructure and its technology were identified as a fundamental strength, and the observation detected the need for marketing, communication, digital marketing and training actions so that the events become an important source of income. The proposed actions to improve the management of events at the MeliáInternacional de Varadero Hotel will contribute to reducing tourist seasonality and raising positioning, positively impacting the indicators, which will favor economic, commercial and communication results.

KEYWORDS: EVENTS, COMMERCIAL MANAGEMENT, COMMUNICATION, DIGITAL MARKETING



X TALLER INTERNACIONAL DE LA EUCACIÓN SUPERIOR ANTE EL DESARROLLO TURÍSTICO Y I ENCUENTRO DE EDUCACIÓN PROFESIONAL PARA EL TURISMO



SECCIÓN 6: X TALLER INTERNACIONAL DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR ANTE EL DESARROLLO TURÍSTICO Y I ENCUENTRO DE EDUCACIÓN PROFESIONAL PARA EL TURISMO

CAMINOS TURÍSTICOS Y PATRIMONIALES DEL HABANO DESDE UN DIPLOMADO

M.Sc. Zoe Nocado Primo

Especialista Principal. Escuela Ramal del MINTUR. Departamento de Cultura, Turismo y Desarrollo. Coordinadora del Diplomado “El Patrimonio Tabacalero Cubano: de sus orígenes a la exclusividad”.

znocado@formatur.mintur.gob.cu

RESUMEN

La ponencia “Caminos turísticos y patrimoniales del Habano desde un diplomado” tiene como antecedente 25 años de experiencias en la capacitación, promoción y defensa del patrimonio cultural, a partir de un producto que ocupa uno de los principales renglones de la economía nacional, considerado símbolo de cubanía y por su fama histórica, una relación indisoluble con el turismo y el patrimonio, de ahí la importancia de la preparación de los especialistas vinculados al Habano. Tiene como objetivo principal valorar la importancia del Diplomado de Habanos para la preparación de los especialistas en la labor turística y patrimonial. Se utilizaron como Métodos: Lógicos el Inductivo – Deductivo y Analítico Sintético y en los Empíricos la Observación científica y Medición. Entre los resultados principales se destaca la capacitación para las cadenas comerciales y turísticas, empresas tabacaleras y comerciales del Habano, así como extranjeros, guías de turismo, artistas, coleccionistas,

museólogos y otros que cuentan con un conocimiento integral que les permite elevar su preparación. Otro atributo es la vinculación entre diversas especialidades: comerciales, gerentes, maitres, directivos de cadenas comerciales, cantineros, sommelieres, torcedores, y a su vez, convertir los espacios donde laboran en sedes de estos debates científicos, ofreciendo una propuesta superior. El impacto del diplomado fue comprobado en la tesis de maestría de la autora de este trabajo en la que se demuestran estos valores. El diplomado es imprescindible para la formación y profesionalidad los especialistas y de quien lo promueva, pues con su accionar beneficia al turismo y el patrimonio nacional.

PALABRAS CLAVES: CAPACITACIÓN, TURISMO, DIPLOMADO, PATRIMONIO CULTURAL, HABANO.

ABSTRACT

The paper Tourist and Patrimonial Roads of the Cigar from a postgraduate Course has as antecedent of 25 years of experience in the training, promotion and defense of the cultural patrimony, starting from one of the first products in one of the main branches of the national economy, considered as a symbol of cubanía and for its historical fame, an indissoluble relationship with the tourism and the patrimony, here is the importance of the preparation of the specialists linked to the Cigar. The main objective: to value the postgraduate course of Habanos and its importance for the preparation of the specialists in the tourist and patrimonial work. Methods: Used: Logical, Inductive - Deductive, Analytic-Synthetic and in the Empiric ones the Scientific Observation and Mensuration. Among the main results stands out the training for the Used commercial and tourist chains, tobacco and commercial companies of the Cigar, as well as foreigners, guides of tourism, artists, collectors, museologists and others that have an integral knowledge that allows them to elevate their preparation. Another attribute is the linking among diverse specialties: commercial, managers, maitres, directive of commercial chains, barmen, sommelieres, spindles, and in turn, to convert the spaces where they work in headquarters of these scientific debates, offering a superior proposal. The graduate's impact was checked in the thesis of the authors of this work master in which these values are demonstrated. The

graduate is indispensable for the formation and all specialists and who promotes it, because with its work it benefits the tourism and the national patrimony.

KEYWORDS: TRAINING, TOURISM, POSTGRADUATE COURSE, CULTURAL PATRIMONY, HABANO.

EVALUACIÓN DE IMPACTO DEL MODELO DE COMPORTAMIENTO ORGANIZACIONAL EN EL SISTEMA DE TURISMO.

DrC. Ramiro Jesús Pérez Hernández

*Profesor Principal de la Escuela Ramal del Ministerio de Turismo de la
República de Cuba.*

[ramiro@formatur.mintur.gob.cu.](mailto:ramiro@formatur.mintur.gob.cu)

Dr. C. Arline Ruiz Betancourt.

*Profesora Principal de la Escuela Ramal del Ministerio de Turismo de la
República de Cuba*

[arline@formatur.mintur.gob.cu.](mailto:arline@formatur.mintur.gob.cu)

RESUMEN

Las organizaciones necesitan incorporar acciones que les permitan ser líderes en el mercado, y a sus trabajadores, obtener los conocimientos, habilidades y conductas para que alcancen el desempeño laboral superior, siendo competentes en sus ocupaciones y contribuyan con la participación activa en sus estrategias, al éxito de las mismas. El objetivo del trabajo es que se evalúa el impacto del comportamiento organizacional como alternativa de la educación avanzada, del capital humano con creatividad e innovación, mediante indicadores propuestos por los autores, con el empleo del método estadístico matemático que permite la medición del nivel de competitividad en los mercados en el sistema de turismo.

PALABRAS CLAVES: COMPORTAMIENTO HUMANO; EDUCACIÓN AVANZADA; COMPETITIVIDAD.

ABSTRACT

Organizations need to incorporate actions that allow them to be leaders in the market and their workers, obtain the knowledge, skill and behaviors so that the archive superior job performance being competent in their occupations and contributing with active participation in their strategies to their success. The objective is to evaluate the impact of organizational behavior as an alternative to education advanced, of the capital human con creativity and innovation, mediate indicative proposed for the authors, con the use in the method statistical mathematical, those permit the measurement and navel of the competitiveness in the marketing, in the system of tourism.

KEYWORDS: BEHAVIOR HUMAN; ADVANCED EDUCATION; COMPETITIVENESS.

LA FORMACIÓN POR COMPETENCIAS EN EL SISTEMA DE TURISMO

MSc. Yamily Aldama Valdés

Vice Ministra del Ministerio de Turismo. La Habana

viceministro@mintur.gob.cu

Dr. C. Lidisbet Cardoso Camejo.

*Jefa de la Cátedra de la Educación Avanzada. Universidad de Ciencias
Pedagógicas "Enrique José Varona".*

lidisbetcc@ucpejv.edu.cu

Dr.C. Ramiro Jesus Perez Hernandez.

Profesor Principal. Formatur Escuela Ramal para el Turismo. La Habana, Cuba.

ramiro@formatur.mintur.gob.cu.

RESUMEN:

En el sector del Turismo, la formación por competencias, constituye un elemento de vital importancia en el desempeño del profesional que labora en las diferentes actividades principales de los procesos claves, ya sea en la hotelería, en la restauración, o de los viajes, entre otras. Es el proceso que permite la adquisición no sólo de los conocimientos técnicos, sino también de valores humanos y de comportamiento que contribuye a un mejor desempeño. Este artículo tiene como objetivo mostrar la importancia de la formación de los profesionales por competencias cómo alternativa de la Educación Avanzada en el sector del turismo, que contribuye con las acciones del modelo capacitación propuesto al mejoramiento humano. Como métodos teóricos se aplica la sistematización, el análisis documental y la modelación, con el fin de identificar los principios que sustentan la teoría de la Educación Avanzada, así como de otros empíricos que constatan las particularidades del contexto investigativo del sector. Se auxilia de la revisión de tesis doctorales y artículos realizados por investigadores de la comunidad científica

PALABRAS CLAVES: ACTIVIDAD TURÍSTICA, DESEMPEÑO PROFESIONAL, FORMACIÓN POR

COMPETENCIAS, MEJORAMIENTO HUMANO, EDUCACIÓN AVANZADA

ABSTRACT

In the tourism sector, the formation for competences, training is a vitally important element in the performance professional working in the different activity principals of the process claves, let it be hotel, catering or travel, enter another. It the process that allows the acquisition not only of technical knowledge, but also of human and behavioral values that contribute a better performance. The objective of this article is to show the importance of the professional for competencies how alternative of Advanced Education allows the working in the Tourism sectors that contribute con the behavior the capacitation dell model, all human improvement. Theoretical methods applied are systematization, modelation and documentary analysis in order to identify the principles that support the theory of Advanced Education, as well as other empirical methods that verifying the particularities of

the sector dell research context. It is aided by the review of doctoral theses and articles written by researchers of the scientific community.

KEYWORDS: TOURISM ACTIVITY, PERFORMANCE PROFESSIONAL, FORMATION FOR COMPETENCIES, HUMAN IMPROVEMENT, ADVANCED EDUCATION.

LA GESTIÓN DE PRODUCTOS TURÍSTICOS PATRIMONIALES. UNA EXPERIENCIA DE DESARROLLO LOCAL DESDE LA UNIVERSIDAD DE LA HABANA

Yoanna Martín Zamora

Profesora Departamento Turismo. Universidad de La Habana

RESUMEN

La puesta en valor del patrimonio local implica la creación de productos turísticos, donde los actores comunitarios tengan un papel fundamental en el desarrollo y creación de los mismos. La investigación que se presenta tiene como objetivo mostrar una experiencia para la gestión de productos turísticos, a partir del patrimonio local. Es concebida desde la Universidad de La Habana y tuvo como antecedentes estudios realizados en la Facultad de Turismo, que visualizan resultados generales. Esto ha permitido a la facultad ser facilitadora de opciones que ponen en valor los recursos locales, no solo de las comunidades, sino de los territorios como potenciales generadores del desarrollo local. Tiene como resultados la contribución a la práctica, desde una concepción pedagógica asumida, que posibilita una educación activa al propiciar una mayor participación y actuación de los estudiantes; así como materializarla protagónicamente a través de la extensión universitaria, al gestionar los productos turísticos y revelar la puesta en valor del patrimonio cultural local en varias comunidades y municipios habaneros. Estos productos fueron presentados a los actores comunitarios locales, con diferentes modalidades, que incluyeron desde

conferencias y presentaciones, hasta recorridos en diversos sitios representativos para la comunidad.

PALABRAS CLAVE: PATRIMONIO, DESARROLLO LOCAL, PRODUCTOS TURÍSTICOS, UNIVERSIDAD,

GESTIÓN

ABSTRACT

The enhancement of local heritage implies the creation of tourism products, where community actors have a fundamental role in their development and creation. The research presented aims to show an experience for the management of tourism products, based on local heritage. It was conceived from the University of Havana and had as its background studies carried out at the Faculty of Tourism, which visualize general results. This has allowed the faculty to be a facilitator of options that value local resources, not only of the communities, but of the territories as potential generators of local development. Its results are the contribution to practice, from an assumed pedagogical conception, which enables active education by promoting greater participation and performance of students; as well as materialize it in a leading role through university extension, by managing tourism products and revealing the enhancement of local cultural heritage in various Havana communities and municipalities. These products were presented to local community actors, with different modalities, which included everything from conferences and presentations to tours of various representative sites for the community.

KEYWORDS: HERITAGE, LOCAL DEVELOPMENT, TOURIST PRODUCTS, UNIVERSITY, MANAGEMENT

DIAGNÓSTICO DE LAS COMPETENCIAS DIRECTIVAS EN EL GRUPO HOTELERO GRAN CARIBE S.A (CASA MATRIZ)

MSc. Maria del Carmen Torres Alonso.

Facultad de Turismo, Universidad de La Habana. Cuba
carmenmaria6917@gmail.com.

Dr C. Yulima Daimet Valdés Bencomo

Facultad de Turismo, Universidad de La Habana. Cuba.

Lic. Dawit Arzuaga Rojas.

Facultad de Turismo, Universidad de La Habana.

RESUMEN

Las empresas son competentes cuando son capaces de destacarse por gestionar sus competencias claves, especialmente los recursos humanos. Precisamente esta investigación tuvo como objetivo diagnosticar las competencias directivas en los cuadros de la Casa Matriz del Grupo Hotelero Gran Caribe S.A, dado por la ausencia de una estrategia para el desarrollo de competencias directivas; planes de capacitación generalizados, solamente reconocen seis habilidades directivas en la metodología de evaluación, lo cual no permite enfocar el liderazgo a todos los niveles. Fueron empleados métodos de los niveles teórico y empírico, como lo histórico-lógico, el análisis y síntesis, inducción- deducción, la encuesta y la entrevista. En los resultados se comprobó que los líderes formales poseen competencias estratégicas, como conocimientos, habilidades o actitudes específicas para desempeñar una tarea concreta, no así, para inspirar a los otros y que los sigan. No se han potenciado las competencias directivas, ni se ha consolidado el trabajo en equipo en todas las áreas; falta consenso para asumir relaciones que favorezcan un clima de aceptación de opiniones discrepantes. Las principales competencias presentes en los cuadros son visión de negocios, orientación al cliente y proactividad. No existe un entrelazamiento de competencias como la empatía, autodisciplina, comunicación, trabajo en equipo, gestión del riesgo, autocontrol e iniciativa que manifiesten un interactuar dialéctico, elevando el dominio y capacidades de dirección del directivo. Como conclusiones el diagnóstico posibilitó identificar las competencias por niveles de dirección según las funciones de los cargos de

dirección, lo que facilita a futuro determinar acciones concretas para su desarrollo.

PALABRAS CLAVES: COMPETENCIAS DIRECTIVAS, DIRECTIVOS Y HABILIDADES

ABSTRACT

Companies are competent when they are able to excel at managing their core competencies, especially human resources. Precisely, this research aimed to diagnose the managerial competencies in the cadres of the Headquarters of Gran Caribe Hotel Group S.A., given the absence of a strategy for the development of managerial competencies; generalized training plans, only recognize six management skills in the evaluation methodology, which does not allow leadership to be focused at all levels. Theoretical and empirical methods were used, such as historical-logical, analysis and synthesis, induction-deduction, survey and interview. The results showed that formal leaders have strategic competencies, such as specific knowledge, skills or attitudes to perform a specific task, but not to inspire others to follow them. Competition has not been enhanced nor has teamwork been consolidated in all areas; There is a lack of consensus to assume relationships that favor a climate of acceptance of dissenting opinions. The main competencies present in the charts are business acumen, customer orientation and proactivity. There is no intertwining of competencies such as empathy, self-discipline, communication, teamwork, risk management, self-control and initiative that manifest a dialectical interaction, raising the manager's mastery and management skills. As conclusions the diagnosis made it possible to identify the competencies by management levels according to the functions of the management positions, which makes it easier in the future to determine specific actions for their development.

KEYWORDS: MANAGERIAL COMPETENCIES, MANAGERS AND SKILLS

LA CAPACITACIÓN, LA INNOVACIÓN Y EL DESARROLLO SOSTENIBLE EN EL TURISMO

MsC Felisa Marlene Fernández Lopez

Jefe Departamento Turismo y Gestión ERT

marlenef@formatur.mintur.gob.cu

DrC Carlos Aníbal Menéndez Blanco.

Profesor Principal ERT

menendezblancoca@gmail.com

RESUMEN

La eficiencia energética de las instalaciones turísticas del país muestra un comportamiento inferior a lo aceptado internacionalmente. La Estrategia Ambiental del Sector de Turismo 2022-2030 encomienda al sistema de Escuelas de Capacitación la instrucción que facilite alcanzar la Sostenibilidad necesaria en las instalaciones. Se precisa identificar necesidades de capacitación que permitan elevar la eficiencia energética mediante el conocimiento científico técnico y la innovación en los proyectos inversionistas de instalaciones turísticas. La ERT ha elaborado una estrategia de capacitación para cumplir con lo encargado por el MINTUR en el documento de referencia. Para determinar la génesis del problema de los altos consumos de energía en las instalaciones turísticas se analiza la información publicada por investigadores sobre las características de los sistemas tecnológicos empleados en hoteles del país, y los ejemplos de innovaciones aplicadas exitosamente en el extranjero, que no son utilizadas nacionalmente en los proyectos inversionistas del sector. Se enumeran algunas limitaciones que se inducen en los proyectos inversionistas debido al estado de obsolescencia y carencias de la base normativa actual. Se identifican algunos conocimientos cuya aplicación pudiera mejorar la situación actual. Lo anterior sirve de base para el contenido del Curso Tecnología Sostenible que se imparte a los inversionistas del sector.

PALABRAS CLAVES: TECNOLOGIA SOSTENIBLE, EFICIENCIA ENERGETICA, TURISMO SOSTENIBLE.

ABSTRACT

The energy efficiency of the country's tourist facilities shows lower performance than internationally accepted standards. The Environmental Strategy of the Tourism Sector 2022-2030 entrusts the Training School system with the education that enables achieving the necessary Sustainability in the facilities. It is essential to identify training needs that allow increasing energy efficiency through technical scientific knowledge and innovation in investment projects for tourist facilities. Herein, the information published by researchers on the characteristics of the technological systems used in hotels in the country is analysed to determine the causes that give rise to the problem of high energy consumption in tourist facilities. Furthermore, examples of innovations successfully applied abroad, which are not used nationally, are provided. Limitations in investment projects due to the state of obsolescence and deficiencies of the current regulatory base are listed. Strategies that could improve the current situation are identified. The above serves as the basis for forming the Sustainable Technology Course content taught to investors in the sector.

KEYWORDS: SUSTAINABLE TECHNOLOGY, ENERGY EFFICIENCY, SUSTAINABLE TOURISM.

**SISTEMA DE CAPACITACIÓN PARA EL MEJORAMIENTO DEL
DESEMPEÑO PROFESIONAL DE TRABAJADORES DE
RECEPCIÓN HOTELERA.**

DrC Gilberto Germán Rose Jiménez.

*Profesor Principal de la Escuela Ramal del Ministerio de Turismo de la
República de Cuba.*

ggermanrose@formatur.mintur.gob.cu

RESUMEN

El turismo en Cuba juega un papel predominante en la economía del país, por ello, constituye una demanda permanente el alto nivel del desempeño profesional de los trabajadores que laboran en las instalaciones hoteleras, en particular en el área de la recepción hotelera. La competencia comunicativa en lengua francesa, es uno de los aspectos primordiales para brindar un servicio de calidad a los visitantes de habla francesa que se hospedan en las instalaciones hoteleras. El objetivo del trabajo es la propuesta de un sistema de capacitación cuyo fin es mejorar el desempeño profesional de los trabajadores de la recepción hotelera en la competencia comunicativa oral en francés, como alternativa de la Educación Avanzada, mediante indicadores propuestos por el autor y el empleo de método estadístico que posibilita identificar cambios significativos en los indicadores comparados.

PALABRAS CLAVES: CAPACITACIÓN; MEJORAMIENTO; DESEMPEÑO, COMPETENCIA COMUNICATIVA

ABSTRACT

Tourism in Cuba plays a predominant role in the country's economy, therefore, the high level of professional performance of workers who work in hotel facilities, particularly in the area of hotel reception, constitutes a permanent demand. Competition communication in the French language, is one of the essential aspects to provide quality service to French-speaking visitors who stay in hotel facilities.

The objective is the proposal of a training system whose purpose is to improve the professional performance of hotel reception workers in oral communicative competence in French, as an alternative to Advanced Education, through indicators proposed by the author and employment. of statistical method that makes it possible to identify significant changes in the compared indicators.

KEYWORDS: TRAINING; IMPROVEMENT; PERFORMANCE, COMMUNICATIVE COMPETENCE

ACERCAMIENTO A LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO COMO UNA NUEVA COMPETENCIA GENÉRICA PARA LOS DIRECTIVOS DEL MINTUR

Daily Cordero Morales

Doctora en Ciencias, FORMATUR Escuela Ramal del Turismo.

dailycordero@gmail.com

RESUMEN

La revolución industrial 4.0 exige nuevas competencias relacionadas con la información, la tecnología y el conocimiento. Ante esta realidad, la gestión del conocimiento (GDC) toma mayor significación en las organizaciones y en el desempeño de los decisores. Teniendo como antecedentes las 8 competencias genéricas que sustentan el Diagnóstico del Potencial Directivo (DPD) en el MINTUR, el objetivo fundamental de este trabajo es analizar la pertinencia de la inclusión de la GDC como una competencia decisiva para el desempeño de los decisores en el sector. Se utilizaron métodos de nivel teórico: histórico-lógico, ascenso de lo abstracto a lo concreto, inductivo-deductivo y comparación. Del nivel empírico: revisión de documentos y entrevista semiestructurada. Como resultado se tiene que, la GDC es una competencia imprescindible para el desempeño exitoso de los directivos, pertinente de incluir en DPD y en los procesos de reclutamiento/selección, formación, evaluación y promoción, al combinar dinámicamente manejo de la información, tecnología y talento humano. Aspectos de gran relevancia para el funcionamiento del turismo en cuanto al cumplimiento de los estándares internacionales, procedimientos y servicio al cliente. No obstante, no se encuentra de forma explícita en las competencias actualmente trabajadas, hay algunos nexos en: desarrollo personal (autodesarrollo) y liderazgo (creatividad) pero, no la presenta en tu totalidad. Se concluye que es pertinente incluir la GDC como competencia genérica de los directivos del MINTUR, pues muestra la posibilidad de desarrollo y transformación de la relación individuo-trabajo-organización, ampliando así sus modos de actuación.

PALABRAS CLAVE: COMPETENCIAS DIRECTIVAS, GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO, DIRECTIVOS.

ABSTRACT

The industrial revolution 4.0 requires new skills related to information, technology and knowledge. Given this reality, knowledge management (KM) takes on greater significance in organizations and in the performance of decision-makers. Having as a background the 8 generic competencies that support the Diagnosis of Management Potential (DPD) in the MINTUR, the fundamental objective of this work is to analyze the relevance of the inclusion of the GDC as a decisive competency for the performance of decision-makers in the sector. . Theoretical level methods were used: historical-logical, ascent from the abstract to the concrete, inductive-deductive and comparison. From the empirical level: document review and semi-structured interview. As a result, GDC is an essential competency for the successful performance of managers, pertinent to include in DPD and in the recruitment/selection, training, evaluation and promotion processes, by dynamically combining information management, technology and human talent. Aspects of great relevance for the operation of tourism in terms of compliance with international standards, procedures and customer service. However, it is not found explicitly in the competencies currently worked on, there are some links in: personal development (self-development) and leadership (creativity) but, it does not present it in its entirety.

It is concluded that it is pertinent to include GDC as a generic competence of MINTUR managers, since it shows the possibility of development and transformation of the individual-work-organization relationship, thus expanding their modes of action.

KEYWORDS: LABOR COMPETENCIAS, KNOWLEDGE MANAGEMENT, MANAGERS.

MODELO PEDAGÓGICO PARA EL MEJORAMIENTO DEL DESEMPEÑO POR COMPETENCIAS DEL JEFE DE RECEPCIÓN HOTELERA

Eduardo Carmelo Mayorquin Muñoz

Doctor en ciencias pedagógicas. Centro de procedencia: Profesor principal de la Escuela Ramal del Ministerio de Turismo de la República de Cuba.

eduardo@formatur.mintur.gob.cu

RESUMEN

Los antecedentes de la investigación lo constituyen, el modelo de formación piramidal para la especialidad “Recepción Hotelera” de Formatur, y sus programas por competencias. El proceso de mejoramiento continuo de cuadros y reservas del Mintur. Los lineamientos 92, 94, 154, 155 de la política económica y social del partido y la revolución para el período 2021-2026, las brechas en el desempeño del jefe de recepción en instalaciones hoteleras y la implementación de las alternativas de la educación avanzada en el mejoramiento profesional del capital humano del Ministerio del Turismo. El objetivo general de la investigación: Diseñar el modelo pedagógico para el mejoramiento del desempeño por competencias del jefe de recepción hotelera que se corresponda con las exigencias contemporáneas de la empresa hotelera. Como metodología se utilizó la tecnología para la determinación de potencialidades y problemas aportada por la educación avanzada, en el estudio de un grupo de hoteles entre dos y cinco estrellas de las cadenas y grupos hoteleros que operan en Cuba. Como resultado de la investigación se obtuvo un modelo pedagógico para el mejoramiento del desempeño por competencias del jefe de recepción hotelera con nuevas competencias y actualizadas. Conclusiones: Se identifican los sustentos teóricos en la teoría de la educación avanzada mediante sus relaciones, se diagnosticó el estado inicial del desempeño del jefe de recepción hotelera, determinándose los problemas de desempeño, educativos y las potencialidades. El modelo se estructuró en correspondencia con las dimensiones objeto de estudio. El modelo propuesto es válido según especialistas docentes y hoteleros consultados.

PALABRAS CLAVES: MODELO PEDAGÓGICO, COMPETENCIAS, JEFE DE RECEPCIÓN HOTELERA, MEJORAMIENTO, DESEMPEÑO, EDUCACIÓN AVANZADA.

ABSTRACT

The backgrounds of the research are, the pyramid training model for the specialty "Hotel Reception" of Formatur, and its programs by competencies. the process of continuous improvement of Mintur cadres and reserves. The guidelines 92, 94,154,155 of the economic and social policy of the party and the revolution for the period 2021-2026, the gaps in the performance of the reception manager in hotel facilities and the implementation of the alternatives of advanced education in the professional improvement of the human capital of the Ministry of Tourism. The general objective of the research: To design the pedagogical model for the improvement of the performance by competencies of the of the hotel reception manager that corresponds to the contemporary requirements of the hotel company. As a methodology, was used, the technology to determine potentialities and problems contributed by advanced education, in the study of a group of hotels between two and five stars of the chains and hotel groups operating in Cuba. As a result of the research, a pedagogical model was obtained for the improvement of the competency of the hotel reception manager with new and updated competencies. Conclusions: The theoretical sustenance in the theory of advanced education is identified through their relationships. The initial state of the performance of the hotel reception manager was diagnosed, determining the performance and education problems and its potentialities. The model was structured in correspondence with the dimensions under study. The proposed model is valid according to teaching specialists and hoteliers consulted.

Keywords: PEDAGOGICAL MODEL, COMPETENCIES, HEAD OF HOTEL RECEPTION, IMPROVEMENT, PERFORMANCE, ADVANCED EDUCATION.

INNOVACIÓN DIDÁCTICA. EXPERIENCIAS EN LA ASIGNATURA GESTIÓN DE EVENTOS DE LA CARRERA LICENCIATURA EN TURISMO EN LA DE LA HABANA

MSc. Rebeca Olivera Elosegui.

Facultad de Turismo, Universidad de La Habana, Cuba

rolivera@ftur.uh.cu

MSc. Ailim Sánchez Fernández.

Facultad de Turismo, Universidad de La Habana, Cuba.

ailim931204@gmail.com

RESUMEN

La innovación se ha convertido en una exigencia para cualquier organización, aunque según Edwards (2009) el concepto está insuficientemente consolidado en la educación. Las autoras identifican, no obstante, un nexo entre la innovación y el cumplimiento de la responsabilidad social, específicamente en la Educación Superior, al constituir un proceso para la mejora con impacto posterior. La carrera de Licenciatura en Turismo, relativamente joven en Cuba, ha transitado al Plan E, y con ello modificado el carácter de su asignatura Gestión de Eventos de optativa a propia en la Facultad homónima de la Universidad de La Habana, conformando un factor impulsor la innovación didáctica. El objetivo general del presente trabajo se define como Valorar los resultados de la innovación didáctica de la referida asignatura. Para ello se fusionaron dos metodologías, definiéndose 5 fases para el proceso: Intencionalidad, Planificación, Identificación de recursos, Implementación y desarrollo y Evaluación, utilizándose para esta última -entre otros métodos- los principios de las buenas prácticas educativas, definidos por Chickering y Gameson, con información obtenida por el colectivo de profesores y los estudiantes. El resultado obtenido con la modificación de los objetivos, la reestructuración de las unidades didácticas, modificación de las dinámicas de los seminarios y la evaluación, indican una aproximación a las buenas prácticas referidas y una alta satisfacción de los estudiantes.

PALABRAS CLAVE: INNOVACIÓN DIDÁCTICA, LICENCIATURA EN TURISMO, UNIVERSIDAD DE LA HABANA, GESTIÓN DE EVENTOS.

ABSTRACT

Innovation has become a requirement for any organization, although according to Edwards (2009) the concept is insufficiently consolidated in education. The authors identify, however, a link between innovation and the fulfillment of social responsibility, specifically in Higher Education, as it constitutes a process for improvement with subsequent impact. The Bachelor's Degree in Tourism, relatively young in Cuba, has moved to Plan E, and with it the character of its Event Management subject has been changed from optional to independent in the faculty of the same name at the University of Havana, constituting a driving factor for didactic innovation. The general objective of this work is defined as Evaluating the results of the didactic innovation of the aforementioned subject. To do so, two methodologies were merged, defining 5 phases for the process: Intentionality, Planning, Identification of resources, Implementation and development and Evaluation, using for the latter -among other methods- the principles of good educational practices, defined by Chickering and Gameson, with information obtained by the group of teachers and students. The results obtained from the modification of the objectives, the restructuring of the teaching units, the modification of the seminar dynamics and the evaluation, indicate an approximation to the good practices referred to and a high level of student satisfaction.

KEYWORDS: DIDACTIC INNOVATION, BACHELOR'S DEGREE IN TOURISM, UNIVERSITY OF HAVANA, EVENT MANAGEMENT.

GESTIÓN DEL CLAUSTRO EN LA CARRERA DE LICENCIATURA EN TURISMO EN CUBA. UN ACERCAMIENTO A SU SITUACIÓN ACTUAL

Sandra Lisset González Pedrón

Máster en Ciencias de la Educación. Jefe departamento Hospitalidad. Facultad de Turismo, Universidad de La Habana

sandra.gonzalez@ftur.uh.cu

Yudemir Cruz Pérez

Doctor en Ciencias Forestales. Profesor Titular. Departamento Turismo. Facultad de Turismo, Universidad de La Habana

yudemir.cruz@ftur.uh.cu

RESUMEN

El logro de los estándares de calidad en las carreras universitarias recoge entre otros aspectos la preparación, procedimientos metodológicos, cualificación y los resultados investigativos socializados del claustro en cada ciclo de evaluación y acreditación. En Cuba, con escenarios educativos complejos, carreras como las de turismo, enfrentan retos ponderables con relación al logro de la sostenibilidad de sus claustros, por lo que el presente trabajo tuvo como propósito diagnosticar la gestión de claustro en la Carrera de Turismo en Cuba. Se trabajó con la población de carreras acreditables según lo que establece el Sistema de Evaluación y Acreditación de la Educación Superior Cubana hasta el año 2023, mediante un muestreo combinado, intencional y estratificado. Se realizó la revisión documental, una entrevista y un cuestionario, analizados mediante estadística descriptiva e inferencial. Entre los resultados se obtuvo que se manifiesta una tendencia al decrecimiento de los claustros por ciclos de acreditación, insuficientes acciones que contribuyan al logro de una estabilidad sostenida de la permanencia y el relevo de los profesores, las estrategias de sostenibilidad del claustro diseñadas evidencian escasa concreción práctica. Se concluye que existen brechas en la gestión de la sostenibilidad del claustro que

constituyen debilidades de las carreras para enfrentar eventos negativos del contexto, lo que evidencia la insuficiente consolidación del núcleo necesario de Licenciados en Turismo, para asumir la dirección del proceso formativo a diferentes niveles, en comparación con los docentes de otros perfiles que forman parte de los claustros de las carreras.

PALABRAS CLAVE: GESTIÓN, CALIDAD, SOSTENIBILIDAD DEL CLAUSTRO, CARRERA DE TURISMO.

ABSTRACT

The achievement of quality standards in university careers includes, among other aspects, the preparation, methodological procedures, qualification and the socialized investigative results of the faculty in each evaluation and accreditation cycle. In Cuba, with complex educational scenarios, careers such as tourism, face considerable challenges in relation to the achievement of the sustainability of their cloisters, for which the present work had the purpose of diagnosing the cloister management in the Tourism Career in Cuba. We worked with the population of accreditable careers according to what is established by the System of Evaluation and Accreditation of Cuban Higher Education until the year 2023, through a combined, intentional and stratified sampling. The documentary review, an interview and a questionnaire were carried out, analyzed through descriptive and inferential statistics. Among the results, it was obtained that there is a tendency to decrease of the cloisters due to accreditation cycles, insufficient actions that contribute to the achievement of a sustained stability of the permanence and the replacement of the professors, the sustainability strategies of the cloister designed show little specificity. practice. It is concluded that there are gaps in the management of the sustainability of the faculty that constitute weaknesses of the careers to face negative events of the context, which shows the insufficient consolidation of the necessary nucleus of graduates in tourism, to assume the direction of the training process at different levels, in comparison with the teachers of other profiles that are part of the cloisters of the careers.

KEYWORDS: MANAGEMENT, QUALITY, SUSTAINABILITY OF THE FACULTY, TOURISM CAREER.

RECURSO DIDÁCTICO DE APOYO A LA ASIGNATURA DE GEOGRAFÍA TURÍSTICA Y PATRIMONIO NATURAL

Edgar Núñez Torres

Máster en Informática para la Gestión Medioambiental, Profesor de la Facultad de Turismo, Universidad de La Habana

enunez8609@gmail.com

Carlos Miguel González Vázquez

Ingeniero informático

8830cc@gmail.com

Yasser Vázquez Alfonso

Doctor en Ciencias Veterinarias, Profesor de la Facultad de Turismo, Universidad de La Habana yalfos1@gmail.com

Yulima Valdés Bencomo

Doctora en Ciencias Pedagógicas, Profesor de la Facultad de Turismo, Universidad de La Habana

yulima40@gmail.com

RESUMEN

La Facultad de Turismo de la Universidad de La Habana es rectora a nivel nacional de la carrera de Licenciatura en Turismo. En ella se forman profesionales con alta preparación integral, gran sensibilidad revolucionaria y altos valores de humanismo y sensibilidad. En el plan de estudio dicha carrera, en el segundo año, se imparte la asignatura de Geografía Turística y Patrimonio Natural (GTPN). Una de las actividades evaluativas que tiene dicha asignatura es realizar un inventario de los recursos turísticos que luego se convierten en

atractivos turísticos; todo esto es de vital importancia, así como su jerarquización la cual le da un nivel de importancia a los recursos turísticos para ayudar a la realización de paquetes turísticos por las empresas destinadas con este fin. Este proceso (el inventario) se realiza de forma manual por el personal responsable de la actividad (estudiantes o profesores). Debido a la importancia y el volumen de información con que se trabaja, es de interés priorizado de la asignatura contar con un recurso didáctico que ayude a la realización de dicho inventario. Por lo que esta investigación tuvo como objetivo de desarrollar una aplicación web que contribuya a viabilizar el desempeño de dicha tarea. Con la implementación de este software se logra una mejor organización y gestión de la información de dichos recursos, se dispone de métodos de búsquedas por varios criterios según el interés del usuario, permite la localización de los diferentes sitios, así como obtener la ficha con su información detallada.

PALABRAS CLAVES: LICENCIATURA EN TURISMO, GEOGRAFÍA TURÍSTICA Y PATRIMONIO

NATURAL, FICHA DE INVENTARIOS DE RECURSOS Y ATRACTIVOS TURÍSTICOS

ABSTRACT

The Faculty of Tourism at the University of Havana is the national leader in the Bachelor's degree in Tourism. It trains professionals with a comprehensive education, strong revolutionary sensitivity, and high values of humanism and empathy. In the curriculum of this degree, in the second year, the subject of Tourist Geography and Natural Heritage (GTPN) is taught. One of the evaluative activities of this subject is to carry out an inventory of tourist resources, which later become tourist attractions; all of this is vitally important, as well as their prioritization, which gives a level of importance to the tourist resources to help in the creation of tourist packages by the companies designated for this purpose. This process (the inventory) is carried out manually by the personnel responsible for the activity (students or professors). Due to the importance and the volume of information being handled, it is a prioritized interest of the subject to have a didactic resource that helps in the realization of this inventory. Therefore, this

research aimed to develop a web application that contributes to facilitating the performance of this task. The implementation of this software achieves better organization and management of the information on these resources, provides search methods by various criteria according to user interest, allows the location of different sites, and obtains the file with its detailed information.

KEYWORDS: BACHELOR'S DEGREE IN TOURISM, TOURIST GEOGRAPHY AND NATURAL HERITAGE, INVENTORY OF TOURIST RESOURCES AND ATTRACTIONS.

PROPUESTA DE DISEÑO DEL MANUAL DE MAYORDOMÍA EN EL COMPLEJO LAS VILLAS DE CAYO LARGO

Lic. Yuraima Nariño Ortiz

Dianelys Lavadi Mompeller

RESUMEN

La presente investigación se orienta principalmente en la propuesta del diseño del Manual de Mayordomía para normalizar los procedimientos y estándares de servicio del departamento de mayordomía en el Complejo Las Villas de Cayo Largo del Sur perteneciente al Grupo de Turismo Hotelero Gran Caribe S.A y la Cadena Hotelera Blue Diamond Resorts. La propuesta del diseño del manual para la entidad se adecuó a las características de la instalación, como una herramienta administrativa de trabajo en constante cambio, con el fin de identificar líneas de mando, actividades y especificar procedimientos operativos para que de esta manera se realice de forma óptima la actividad de mayordomía, permitiendo el cumplimiento lógico y eficaz de sus funciones y el proceso para garantizar la calidad en el servicio que se presta. Para el presente estudio se utiliza una metodología en la que se determinan las bases teóricas de la investigación. Se caracteriza la operación de Mayordomía en las diferentes marcas e instalaciones del destino Cayo Largo con el objetivo de conocer su estructura y contenido. Para garantizar la satisfacción del cliente, el servicio de mayordomía ocupa un espacio de vital importancia ya que es un equipo dedicado

y comprometido a convertir los sueños vacacionales en realidad, mayordomos con humildad, concentración, sonrisa, y un saludo del corazón constituyen un concepto de interés que se convierte en gestor por excelencia de la experiencia de los huéspedes. Se utilizaron herramientas en la búsqueda y análisis de información, entre ellas la revisión y análisis del Manual de Mayordomía Roylton, referencias bibliográficas, documentos y entrevistas. De ahí que el diseño del Manual de Mayordomía adaptado a las características de Las Villas de Cayo Largo del Sur constituye una herramienta importante en el futuro desarrollo de los servicios.

PALABRAS CLAVES: MANUAL, PROCEDIMIENTOS, SERVICIO, MAYORDOMÍA, SERVICIO DE MAYORDOMÍA.

ABSTRACT

This research is mainly focused on the proposal for the design of the Stewardship Manual to standardize the procedures and service standards of the stewardship department in Las Villas Complex of Cayo Largo del Sur belonging to the Gran Caribe Hotel Tourism Group S.A and the Blue Diamond Resorts Hotel Chain. The proposal for the design of the manual for the entity was adapted to the characteristics of the installation, as an administrative work tool in constant change, in order to identify ways of command, activities and specify operating procedures so that in this way it is carried out correctly optimally forms the stewardship activity, allowing the logical and effective fulfillment of its functions and the process to guarantee the quality of the service provided. For this analysis, a methodology is used in which the theoretical bases of the research are determined. The Stewardship operation is characterized in the different brands and facilities of the Cayo Largo destination with the objective of knowing its structure and content. To guarantee customer satisfaction, the butler service occupies a space of vital importance since it is a team dedicated and committed to turning vacation dreams into reality. Butlers with humility, concentration, smile, and a greeting from the heart constitute a concept of interest that becomes the manager par excellence of the guest experience. Tools were used in the search and analysis of information, including the review and analysis of the Roylton Stewardship Manual, bibliographic references, documents and interviews.

Hence, the characteristics of Las Villas de Cayo Largo del Sur were adapted to the design of the Stewardship Manual and constitutes an important tool in the future development of services.

Keywords: MANUAL, PROCEDURES, SERVICE, STEWARDSHIP, STEWARDSHIP SERVICE.

LA FORMACIÓN DE ESTUDIANTES EN LA EDUCACIÓN TURÍSTICA DESDE EL IDIOMA INGLÉS

Mildrey Herrera.

Centro de Capacitación del Turismo "Alberto Delgado Delgado"

RESUMEN

La formación de las nuevas generaciones constituye un objetivo priorizado en Cuba, de igual manera en el sector turístico. En el Centro de Capacitación del Turismo (CCT) "Alberto Delgado Delgado" de Villa Clara, se han detectado carencias en el proceso de formación de los estudiantes, por ello el objetivo de la investigación consistió en proponer una metodología sustentada teórica y metodológicamente que asume el Enfoque cognitivo, comunicativo y sociocultural (ECCS) desde una visión holística e integradora y ofrece desde lo procedimental nuevas formas de organización de la enseñanza, así como métodos, formas de evaluación y selección de los contenidos desde el proceso de enseñanza-aprendizaje (PEA) del idioma inglés para contribuir a la formación de los estudiantes en el Centro. La muestra utilizada posee un carácter heterogéneo compuesta por veintitrés estudiantes de las diferentes especialidades que allí se estudian. Se asume el enfoque cualitativo y la sistematización como método rector. Asimismo, se emplearon como métodos y de investigación científica la entrevista, la encuesta, la revisión de documentos y la observación participante. Como resultado principal se propone una metodología sustentada, psicológica, idiomática, filosófica, pedagógica, y didácticamente, que tributa a su formación, y revela facetas esenciales del quehacer educativo, turístico e intercultural.

ABSTRACT

The training of new generations is a prioritized objective in Cuba, as well as in the tourism sector. At the Alberto Delgado Delgado Tourism Training Center (CCT) in Villa Clara, deficiencies have been detected in the student training process. Therefore, the research aimed to propose a methodology theoretically and methodologically based on the Cognitive, Communicative, and Sociocultural Approach (ECCS) from a holistic and integrative vision. This approach offers new ways of organizing teaching, as well as methods, forms of evaluation, and selection of content from the English language teaching-learning process (PEA) to contribute to student training at the Center. The sample used is heterogeneous, composed of twenty-three students from different specialties studied there. The qualitative approach and systematization were adopted as the guiding method. Methods such as interviews, surveys, document review, and participant observation were employed for scientific research. The main result proposes a methodology supported by psychological, linguistic, philosophical, pedagogical, and didactic principles that contribute to student training, revealing essential facets of educational, tourism, and intercultural activities.

**UNA ESTRATEGIA DE CAPACITACIÓN PARA LA
COMUNICACIÓN INTERCULTURAL EFICIENTE DE LOS
TRABAJADORES DEL SECTOR TURÍSTICO**

Eida De la Paz Gálvez

Centro de Capacitación del Turismo de Villa Clara

RESUMEN

Este trabajo presenta una estrategia de capacitación diseñada para mejorar la comunicación intercultural de los trabajadores del sector turístico con sus clientes. Dado el aumento de la diversidad cultural de los mercados emisores y la importancia de una comunicación efectiva para brindar un servicio de calidad, esta estrategia se propone como una solución para abordar los desafíos de la

comunicación intercultural. El diseño se basó en un enfoque participativo y práctico y se utilizaron diferentes métodos de recolección de datos, como encuestas y entrevistas, para identificar las áreas de mejora y los desafíos específicos que enfrentan los trabajadores en su interacción con clientes de diferentes culturas. La estrategia se basa en tres pilares fundamentales: conocimiento cultural, habilidades de comunicación y conciencia intercultural. Se ofrece un programa de capacitación práctico y participativo que combina sesiones teóricas con actividades prácticas, como simulaciones de situaciones reales y juegos de roles. Además, se fomenta la reflexión y el intercambio de experiencias entre los participantes. Los resultados del diseño de esta estrategia apuntan hacia una mejora en la capacidad de los trabajadores para comprender las diferentes culturas, así como una mayor confianza en la interacción con los clientes internacionales. En resumen, se presenta una estrategia de capacitación para mejorar la comunicación intercultural de los trabajadores del sector turístico. Se basa en el desarrollo de conocimientos, habilidades y conciencia intercultural, y su diseño tributa a la mejora de la experiencia y satisfacción de los clientes.

ABSTRACT

This work presents a training strategy designed to improve the intercultural communication of tourism sector workers with their clients. Given the increasing cultural diversity of source markets and the importance of effective communication in providing quality service, this strategy is proposed as a solution to address the challenges of intercultural communication. The design was based on a participatory and practical approach, using various data collection methods such as surveys and interviews to identify areas for improvement and specific challenges faced by workers in their interactions with clients from different cultures. The strategy is based on three fundamental pillars: cultural knowledge, communication skills, and intercultural awareness. It offers a practical and participatory training program that combines theoretical sessions with practical activities like real-life situation simulations and role-playing. Additionally, reflection and experience sharing among participants are encouraged. The results of this strategy's design point towards an improvement in workers' ability to understand different cultures and increased confidence in interacting with international clients. In summary, this work presents a training strategy to improve

the intercultural communication of tourism sector workers. It is based on the development of knowledge, skills, and intercultural awareness, and its design contributes to enhancing customer experience and satisfaction.

EXPERIENCIAS DE FORMACIÓN PROFESIONAL EN EL DESTINO VIÑALES COMO ESCENARIO DE APRENDIZAJE

Yoelkys Alvarez Machín

Centro de Capacitación MINTUR. Pinar del Río Luis Acosta Duarte

Centro de Capacitación MINTUR. Pinar del Río

Juan Carlos Alfonso Alemán

Centro de Capacitación MINTUR Pinar del Río

RESUMEN

La existencia en Viñales de recursos naturales e históricos de valor excepcional y universal despertaron el interés, desde inicios del Siglo XX, a científicos, artistas, pedagogos etc; convirtiéndose con el tiempo en un destino turístico que intervienen los actores comunitarios del mismo. El trabajo desarrollado por los autores tiene como objetivo Demostrar, a través de experiencias de aprendizaje en el destino Viñales, la contribución de las mismas en la elevación de la calidad del proceso pedagógico profesional en el Centro de Capacitación del MINTUR Pinar del Río. Se desarrolló empleando la metodología cualitativa de investigación y se destaca la observación participante. Una vez implementado se pudo constatar la elevación del desempeño de los estudiantes durante el ejercicio de la profesión mostrando nuevos modos de actuación que trascienden los conocimientos y habilidades de una profesión específica tributando a la formación de la experiencia turística que el visitante se lleva del destino. Se ha observado como los estudiantes refuerzan su aprendizaje a través de la socialización de las mismas durante el servicio el cual lo hacen más emocional contando y narrando vivencias del destino, además de compartirlas en medios digitales: plataformas turísticas, etc. Se concluye que el destino Viñales, con rica

tradición como escenario de aprendizaje por el valor excepcional de sus atractivos en su interacción con buenas prácticas comunitarias, ha contribuido en la elevación del proceso pedagógico profesional de los estudiantes lo cual valida la pertinencia de la propuesta metodológica desarrollada por los autores.

PALABRAS CLAVES: ESCENARIOS DE APRENDIZAJE, EXPERIENCIAS TURÍSTICAS, DESTINO TURÍSTICO, PRÁCTICAS DE CAMPO.

ABSTRACT

The existence of exceptional and universally valuable natural and historical resources in Viñales has sparked the interest of scientists, artists, educators, and others since the early 20th century, turning it into a tourist destination involving community actors. The authors' work aims to demonstrate, through learning experiences in the Viñales destination, their contribution to improving the quality of the professional pedagogical process at the MINTUR Training Center in Pinar del Río. The research was developed using a qualitative methodology, with participant observation highlighted. Once implemented, it was observed that student performance increased during their professional practice, showing new modes of action that transcend the knowledge and skills of a specific profession, contributing to the formation of the tourist experience that visitors take from the destination. It has been observed that students reinforce their learning through socializing during service, making it more emotional by sharing and narrating experiences of the destination, and also sharing them on digital platforms: tourist platforms, etc. It concludes that the Viñales destination, with its rich tradition as a learning scenario due to the exceptional value of its attractions and its interaction with good community practices, has contributed to the elevation of the professional pedagogical process of the students, validating the relevance of the methodological proposal developed by the authors.

KEYWORDS: LEARNING SCENARIOS, TOURIST EXPERIENCES, TOURIST DESTINATION, FIELD PRACTICES.

PLAN DE CAPACITACIÓN PARA OPTIMIZAR LAS RELACIONES PÚBLICAS A TRAVÉS DE LA GESTIÓN DE EXPERIENCIAS EN HOTELES DEL DESTINO VIÑALES

Epg. Giselle A. Garcia Victorero

Profesora Pricipal CCTurismo, Pinar del Río

giseaurora28@gmail.com

MSc. Frank Alberto Silvera Garcia

Subdirector de Operaciones, Sucursal Palmares, Pinar del Río

frankalberto.silvera@nauta.cu

RESUMEN

Entender la importancia de la experiencia del cliente en el proceso en que interactúa con una marca es cada vez un elemento más decisivo para las empresas, así como una de las bases de su ventaja competitiva. En el caso de las empresas turísticas, la mayoría de ellas ofrecen una calidad de servicio acorde a las situaciones que poseen, para así poder cumplir con las expectativas del consumidor. El cliente cada vez se muestra más exigente, ante las diversas ofertas. El presente estudio se desarrolla a partir de la necesidad de ampliar y mejorar la experiencia del cliente en los hoteles del destino Viñales, así como la fidelización de los mismos, acciones estas dirigidas a elevar la competitividad del destino en correspondencia con las nuevas tendencias del sector hotelero. Teniendo en cuenta lo antes planteado, se propone como objetivo capacitar a los Relacionistas Públicos como gestores de experiencias en hoteles del destino Viñales, para optimizar y elevar la experiencia y la fidelización de los que visitan este destino. La metodología utilizada incluye técnicas que permiten analizar y procesar las informaciones existentes, relacionadas con el tema tanto nacional como internacional, así como las tesis y trabajos investigativos realizados desde la universidad, se emplearon tanto métodos teóricos como empíricos, así como la técnica de entrevista semi estructurada para recopilar información del objeto. Los principales resultados obtenidos muestran que existen potencialidades en el

destino que pueden ser utilizadas en función de desarrollar y optimizar la experiencia del cliente.

PALABRAS CLAVES: EXPERIENCIA DEL CLIENTE, CAPACITAR, COMPETITIVIDAD, FIDELIZAR.

ABSTRACT

Understanding the importance of the customer experience in the process in which they interact with a brand is increasingly a decisive element for companies, as well as one of the bases of their competitive advantage. In the case of tourism companies, most of them offer a quality of service according to the situations they have, in order to meet consumer expectations. The client is becoming more and more demanding, given the various offers. This study is developed from the need to expand and improve the customer experience in the hotels in the Viñales destination, as well as their loyalty, these actions aimed at increasing the competitiveness of the destination in correspondence with the new trends in the sector hotelier. Taking into account the above, the objective is to train Public Relations Specialists as experience managers in hotels in the Viñales destination, to optimize and elevate the experience and loyalty of those who visit this destination. The methodology used includes techniques that allow the analysis and processing of existing information, related to both national and international topics, as well as theses and investigative work carried out at the university. Both theoretical and empirical methods were used, as well as the semi-interview technique structured to collect information about the object. The main results obtained show that there are potentials in the destination that can be used to develop and optimize the customer experience.

KEYWORDS: CUSTOMER EXPERIENCE, TRAIN, COMPETITIVENESS, BUILD LOYALTY.

ENSEÑAR A CONSTRUIR CONOCIMIENTOS. VISIÓN DESDE LOS CENTROS DE CAPACITACIÓN DEL TURISMO EN CUBA

Luis Manuel Díaz Román

RESUMEN

Cuba vive complejas circunstancias de raíces históricas, económicas y políticas que solo pueden comprenderse y solucionarse desde las dimensiones más amplias y profundas que aporta la ciencia. El Ministerio de Turismo sustenta sus líneas estratégicas en perfeccionar la preparación integral del personal desde los procesos docentes en sus Centros de Capacitación, que, adecuan su modelo pedagógico de gestión por competencias. En tal función, se diseñó con carácter cualitativo y no experimental un estudio que conjugó métodos de análisis y síntesis, dialéctico y hermenéutico, examinó la bibliografía en cinco idiomas, valoró las observaciones empíricas de los autores en Pinar del Río, La Habana, Artemisa, Mayabeque, y Matanzas, donde detectaron que la gran mayoría del profesorado, trabajadores y alumnado apela a la tradición, la costumbre o la técnica de probar y rectificar cuando gestiona las recurrentes dificultades, pues desconoce o no tiene suficiente entrenamiento en los mecanismos de construcción consciente y metodológica de conocimientos útiles en la solución de estas. La ponencia, derivada de un trabajo mayor, considera pertinente argumentar la enseñanza de los principios y sentido de la Epistemología cual posible recurso frente al problema planteado, en tanto, basamento teórico práctico de la labor científica necesitada de socializar. Concluye con recomendaciones específicas sobre las estrategias de su implementación.

PALABRAS CLAVES: CIENCIA, CONOCIMIENTO, ENSEÑANZA, EPISTEMOLOGÍA, METODOLOGÍA,

TURISMO

ABSTRACT

Cuba is experiencing complex circumstances with historical, economic and political roots that can only be understood and solved from the broader and deeper dimensions provided by science. The Ministry of Tourism bases its strategic lines on perfecting the comprehensive preparation of personnel from the teaching processes in its Training Centers, which adapt its pedagogical model of management by competencies. In this function, a study was designed with a qualitative and non-experimental nature that combined analysis and synthesis, dialectical and hermeneutic methods, examined the bibliography in five languages, valued the empirical observations of the authors in Pinar del Rio, Havana, Artemisa, Mayabeque, and Matanzas, where they detected that the vast majority of teachers, workers and students appeal to tradition, custom or the technique of testing and rectifying when managing recurring difficulties, because they are unaware or do not have sufficient training in the mechanisms of conscious construction and methodological knowledge useful in solving them. This paper, derived from a larger work, considers it pertinent to argue the teaching of the principles and meaning of Epistemology as a possible resource against the problem posed, as a practical theoretical basis for the scientific work that needs to be socialized. It concludes with specific recommendations on implementation strategies.

KEYWORDS: SCIENCE, KNOWLEDGE, TEACHING, EPISTEMOLOGY, METHODOLOGY, TOURISM

DESPLIEGUE DE LA GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO EN EL HOTEL VILLA HERMOSA

M.Sc. Milton Francisco González Zayas

*Subdirector I + D + i del Centro de Capacitación de la Delegación del MINTUR
en Matanzas,*

idre@ehtv.mintur.tur.cu

Esp.PG Yaima González Mustelier

Subdirectora General del Hotel Iberostar Taínos

subdirector.general@ibstainos.co.cu

Ing. Milton González Mustelier

Director adjunto del Hotel Iberostar Bella Vista Varadero

director.adjunto@bellavista.varadero.co.cu

RESUMEN

El desarrollo de la capacidad de cada empresa para utilizar y generar conocimiento propio y asimilarlo de manera satisfactoria y adecuada, es indispensable para que pueda competir con efectividad. El presente trabajo persigue como propósito: evaluar la Gestión del Conocimiento en el Hotel Villa Hermosa, como premisa necesaria para su despliegue. Entre los métodos de orden empírico utilizados, cuentan: el cuestionario, la entrevista en profundidad y la observación estructurada participante; métodos numéricos y gráficos de la estadística descriptiva, empleo de Microsoft Excel y Minitab. Entre los resultados principales de la investigación, figuran: la caracterización de la organización objeto de estudio – Hotel Villa Hermosa; el procedimiento propuesto y utilizado para evaluar la Gestión del Conocimiento; el diagnóstico del estado actual de los procesos de la Gestión del Conocimiento, la identificación de reservas y la formulación de sugerencias para la mejora del desempeño del Hotel en este ámbito.

PALABRAS CLAVES: GESTIÓN DEL CONOCIMIENTO; HOTEL, CASO DE ESTUDIO

ABSTRACT

The development of the capacity of each company to use and generate its own knowledge and assimilate it in a satisfactory and adequate manner is essential for it to be able to compete effectively. The purpose of this work is to: evaluate Knowledge Management at the Hotel Villa Hermosa, as a necessary premise for its deployment. Empirical order methods include: the questionnaire, the in-depth

interview and the participant structured observation; the numerical and graphic methods of descriptive statistics, using Microsoft Excel and Minitab. Among the main results of the investigation, there are: the characterization of the organization under study – Hotel Villa Hermosa; the procedure used to evaluate Knowledge Management; the diagnosis of the current state of processes of Knowledge Management; and lastly, the identification of reservations and the formulation of suggestions to improve the Hotel's performance in this matter.

KEYWORDS: KNOWLEDGE MANAGEMENT; HOTEL, CASE STUDY

AULA INVERTIDA EN LA ENSEÑANZA TÉCNICO PROFESIONAL PARA EL TURISMO

Lic. María Eugenia Guirola Cazallas

*Profesora Principal de Regiduría de Pisos. Centro de Capacitación para el
MINTUR, La Habana, Artemisa y*

Mayabeque

RESUMEN

Entre los expertos, todavía no existe consenso generalizado en torno a si el Aula invertida debe considerarse como herramienta, metodología, método o modelo pedagógico. Aun así, a juicio de la autora, es una forma emergente de abordaje de las Didácticas específicas cuyos antecedentes radican en experiencias de especialistas nacionales e internacionales de las ciencias de la Educación y que prepara a los egresados para el mercado laboral en un mundo globalizado, signado por estrategias de comunicación hegemónicas, expedito avance tecnológico y socialización hiperdemocratizada del conocimiento. El objetivo del presente trabajo es mostrar los resultados obtenidos en 273 egresados de cinco cadenas hoteleras, en La Habana y Artemisa; con la implementación del Aula Invertida como metodología de enseñanza-aprendizaje. Para la investigación se emplearon los métodos histórico-lógico, analítico-sintético, inductivo-deductivo y experimental. Se logró desarrollar competencias duras y blandas vinculadas al pensamiento crítico, el trabajo en equipo, el aprendizaje colaborativo, la autogestión del tiempo y el conocimiento y la educación tecnológica, lo cual

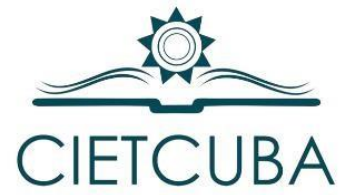
prepara a los egresados de Regiduría de Pisos en todos los niveles y variantes formativas, para discernir, disentir, cuestionar y aportar soluciones a problemas sociales del siglo XXI dentro del sector turístico en Cuba. El poster que se pone a consideración de este comité se concibió como infografía donde se recogen los tres momentos de Aula Invertida a partir del modelo educativo de formación por competencias.

PALABRAS CLAVES: FORMACIÓN POR COMPETENCIAS, ENSEÑANZA TÉCNICO-PROFESIONAL, AULA INVERTIDA, REGIDURÍA DE PISOS, PENSAMIENTO CRÍTICO.

ABSTRACT

Among experts, there is still no general consensus on whether the flipped classroom should be considered a tool, methodology, method, or pedagogical model. Nevertheless, in the author's opinion, it is an emerging approach to specific didactics, whose antecedents lie in the experiences of national and international education science specialists, preparing graduates for the labour market in a globalised world marked by hegemonic communication strategies, rapid technological advancement, and hyper-democratised knowledge sharing. The objective of this work is to present the results obtained from 273 graduates of five hotel chains in Havana and Artemisa, with the implementation of the Flipped Classroom as a teaching-learning methodology. The research employed historical-logical, analytical-synthetic, inductive-deductive, and experimental methods. It succeeded in developing both hard and soft skills related to critical thinking, teamwork, collaborative learning, time self-management, and technological knowledge and education, which prepare graduates of Floor Management at all levels and training variants to discern, dissent, question, and provide solutions to 21st-century social problems within the tourism sector in Cuba. The poster presented to this committee was conceived as an infographic capturing the three moments of the Flipped Classroom based on the competency-based educational model.

KEYWORDS: COMPETENCY-BASED TRAINING, TECHNICAL AND PROFESSIONAL EDUCATION, FLIPPED CLASSROOM, FLOOR MANAGEMENT, CRITICAL THINKING.



SECCIÓN 7: SIMPOSIO DE LOGÍSTICA



SECCIÓN 7: SIMPOSIO DE LOGÍSTICA

FACTORES CLAVES DE ÉXITO PARA UNA ACERTADA GESTIÓN EN LAS CADENAS DE SUMINISTROS TURÍSTICAS. CASO: DESTINO “CAYOS DE VILLA CLARA”

M.Sc. Aliosky Camacho Rodríguez

Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas

Carynebys Alpizar Ortuela

Marina Cayo Santa María

María Fernanda Rodríguez Vázquez

Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas

RESUMEN

Las investigaciones sobre cadenas de suministros turísticas resultan sumamente novedosas, mostrando un nuevo enfoque de gestión hacia la industria del ocio; en un entorno donde no es posible concebir la competencia en el mercado entre empresas laborando autónomamente. En consecuencia, una de las estrategias de la industria turística para incrementar su competitividad, es alcanzar una efectiva dirección en sus cadenas de suministros. En Cuba y específicamente en el destino “Cayos de Villa Clara”, las redes turísticas presentan innumerables deficiencias, problemas derivados de la descoordinación entre entidades, el trabajo de forma independiente y la escasa colaboración entre sus integrantes. Por consiguiente, la investigación persigue como objetivo la determinación de los factores claves de éxito para una acertada gestión en las cadenas de suministros turísticas del destino; haciendo uso del procedimiento propuesto por Malhotra et al. (2017) en la creación de encuestas para el diagnóstico de la situación actual en las redes. Los métodos utilizados fueron análisis y síntesis, inducción y

deducción, búsqueda de información, entrevistas semiestructuradas, entrevistas en profundidad, observación científica, criterios de expertos y aplicación de encuestas. El principal resultado lo constituye la identificación de los factores claves de éxito para optimizar la administración en las redes de abastecimiento del destino. Entre ellos encontramos la flexibilización en los eslabones jerárquicos del sistema, dotar de mayor autonomía de acción a las entidades, fortalecimiento de la colaboración entre actores, lograr mayor diversificación en los proveedores, ciclos de aprovisionamientos más cortos y mayor rotación de inventarios, entre otros.

ABSTRACT

Research on tourism supply chains is highly innovative, showcasing a new management approach to the leisure industry; in an environment where market competition among independently operating companies is unimaginable. Consequently, one of the tourism industry's strategies to increase its competitiveness is to achieve effective management of its supply chains. In Cuba, and specifically in the "Cayos de Villa Clara" destination, the tourism networks exhibit numerous deficiencies, problems stemming from lack of coordination between entities, independent working, and scarce collaboration among members. Therefore, the research aims to determine the key success factors for effective management in the destination's tourism supply chains, using the procedure proposed by Malhotra et al. (2017) in creating surveys to diagnose the current situation in the networks. The methods used were analysis and synthesis, induction and deduction, information search, semi-structured interviews, in-depth interviews, scientific observation, expert criteria, and surveys. The main result is the identification of key success factors for optimizing supply chain management in the destination. These include hierarchical system flexibility, granting greater autonomy to entities, strengthening collaboration among actors, achieving greater diversification of suppliers, shorter supply cycles, and higher inventory turnover, among others.

SOSTENIBILIDAD Y CADENA DE SUMINISTRO CIRCULAR: UNA VISIÓN INNOVADORA DESDE LAS COMUNIDADES ANFITRIONAS DEL TURISMO

Martha Omara Robert Beatón

Doctora en Ciencias Económicas, Profesora Facultad de Turismo, Universidad de La Habana, La Habana, Cuba.

omara.robert73@gmail.com

Maite Echarri Chávez

Doctora en Ciencias Geográficas. La Habana, Cuba.

echarrichavez@gmail.com

Vasile Grama

Doctor en Ciencias de la Tierra, Vicedecano Facultad de Geografía, Turismo y Deporte, Universidad de Oradea, Oradea, Romania.

vasile.grama2014@gmail.com

RESUMEN

En las comunidades receptoras de la actividad turística se hace necesario adoptar modelos de desarrollo alternativos, sobre la base de buenas prácticas de sostenibilidad, que logren la transición de los modelos de consumos convencionales hacia la economía circular, no solo para alinearse con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la agenda 2030; sino que logre potenciar los recursos y responder a las demandas del planeta, con tal propósito la presente investigación persigue como objetivo general identificar las buenas prácticas de sostenibilidad y su relación con la cadena de suministro circular. En función de su cumplimiento se aplicaron métodos y herramientas donde prevalecieron el análisis bibliográfico, el análisis documental, las entrevistas a gestores, especialistas y directivos de los hoteles objeto de estudio y del grupo; se seleccionaron para el estudio dos hoteles de la cadena Iberostar: el Iberostar Gran Packard ubicado en la ciudad de La Habana y el Iberostar Varadero de la

provincia de Matanza. Los principales resultados estuvieron asociados con identificar las buenas prácticas de sostenibilidad, con un enfoque en la cadena de suministro circular, así como lograr determinar las limitaciones para su implementación, lo que deviene en una herramienta de gestión en pos de la sostenibilidad para las cadenas hoteleras que operan en las diferentes comunidades del país.

PALABRAS CLAVE: BUENAS PRÁCTICAS, CADENA DE SUMINISTRO, CIRCULAR, GRUPO IBEROSTAR, HOTELES, LOGÍSTICA, SOSTENIBILIDAD.

ABSTRACT

In the communities receptoras of the tourist activity it becomes necessary to adopt alternative development models, on the base of good sostenibilidad practices that you/they achieve the transition of the models of conventional consumptions toward the circular economy, not alone to join with the Objectives of Sustainable Development of the calendar 2030; but rather it is able to maximize the resources and to respond to the demands of the planet, with such a purpose the present investigation pursues as general objective to identify the good sostenibilidad practices and its relationship with the supply chain to circulate. In function of their execution methods and tools were applied where the bibliographical analysis prevailed, the documental analysis, the interviews to agents, specialists and directives of the hotels study object and of the group; they were selected for the study two hotels of the chain Iberostar: the Great Iberostar Packard located in the city of Havana and the Iberostar Shipyard of the county of Slaughter. The main results were associated with identifying the good sostenibilidad practices, with a focus in the supply chain to circulate, as well as to be able to determine the limitations for their implementation, what becomes in an administration tool after the sostenibilidad for the hotel chains that operate in the different domestic communities.

KEYWORDS: GOOD PRACTICAL, CHAIN OF SUPPLY, TO CIRCULATE, GROUP IBEROSTAR, HOTELS, LOGISTICS, SOSTENIBILIDAD.

IMPACTO DEL ENFOQUE DE CADENA DE SUMINISTROS EN EL DESEMPEÑO ORGANIZACIONAL EN LA EMPRESA MARINA MARLIN S.A.

MSc: Rodolfo García Castellanos.

Facultad de Turismo, Universidad de La Habana. Cuba.

rodolfogarciacastellano@gmail.com

Lic. Jennifer González Leya *Grupo hotelero Gran Caribe S. A*

jenifergonzalezleyva@gmail.com

Resumen:

El desarrollo del turismo requiere de la creación de estructuras y procesos ajustados a las exigencias de los mercados seleccionados para lograr una gestión logística eficaz y eficiente. Sin embargo, en Cuba existen diversas situaciones que dificultan el desempeño logístico de las mismas, por lo que se busca un cambio de enfoque en las instalaciones turísticas basado en la planificación estratégica y en un enfoque logístico, pues solo de esa manera se podrán obtener procesos bien integrados que mejoren la calidad de la oferta turística, el desempeño organizacional y la competitividad del destino. La Empresa Marina y Náutica Marlín S.A. ha expresado la necesidad de identificar los principales elementos que inciden en su desempeño organizacional bajo un enfoque de gestión de las cadenas de suministros, teniendo en cuenta que no se ha podido garantizar un nivel de aseguramiento de los recursos necesarios para una gestión eficiente de los procesos en sus diferentes áreas. El objetivo de la presente investigación es proponer acciones para la mejora de la gestión de las cadenas de suministros de los productos turísticos de la entidad; para lo cual se emplearon métodos teóricos como el histórico lógico y el analítico sintético; empíricos como la observación científica, entrevistas y la lista de chequeo y estadísticos matemáticos como la tabulación y el diagrama causa-efecto. Una propuesta de acciones en el proceso de gestión de las cadenas de

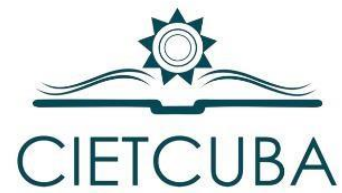
suministros de los productos turísticos de Empresa Marina y Náutica Marlín S.A., favorecerá el mejoramiento del desempeño global de la organización.

PALABRAS CLAVE: TURISMO, DESEMPEÑO ORGANIZACIONAL, CADENAS DE SUMINISTROS.

ABSTRACT

The development of tourism requires the creation of structures and processes that meet the demands of selected markets to achieve effective and efficient logistical management. However, in Cuba, various situations hinder logistical performance, necessitating a shift in focus at tourist facilities based on strategic planning and a logistical approach. Only in this way can well-integrated processes be achieved to improve the quality of the tourism offer, organisational performance, and the destination's competitiveness. Marina y Náutica Marlín S.A. has expressed the need to identify the main elements impacting its organisational performance under a supply chain management approach, considering that it has not been possible to ensure the necessary resources for efficient process management in its various areas. The objective of this research is to propose actions to improve the supply chain management of the entity's tourism products; for which theoretical methods such as historical-logical and analytical-synthetic were employed; empirical methods such as scientific observation, interviews, and checklists; and mathematical statistics such as tabulation and cause-effect diagrams. A proposal of actions in the supply chain management process of Marina y Náutica Marlín S.A.'s tourism products will favour the improvement of the organisation's overall performance.

KEYWORDS: TOURISM, ORGANISATIONAL PERFORMANCE, SUPPLY CHAINS.



SECCIÓN 8:

II TALLER DE TURISMO DE SALUD, BIENESTAR Y CALIDAD DE VIDA



SECCIÓN 8: II TALLER DE TURISMO DE SALUD, BIENESTAR Y CALIDAD DE VIDA

DISEÑO DE LÍNEAS ESTRATÉGICAS PARA LA TRANSFORMACIÓN DE SOROA EN UN TERRITORIO TURÍSTICO DE BIENESTAR

Jesús David Piñero Miranda

Estudiante de 4to año de la Facultad de Turismo de la Universidad de La Habana.

davidpinero24@gmail.com

Taybel Balmaceda Díaz.

Licenciado en Turismo. Profesora Instructora de la Facultad de Turismo de la Universidad de La Habana.

taybalmacedadiaz@gmail.com

RESUMEN

El turismo es un sector en evolución constante, al igual que las motivaciones de las personas. En la actualidad, el turismo de bienestar funge como una de las modalidades más demandadas, lo que constituye una oportunidad para países con condiciones idóneas para su introducción. Cuba ostenta territorios con recursos y atractivos en este ámbito como es el caso de la comunidad rural: Soroa, la cual no cuenta con planes estratégicos para el desarrollo de esta modalidad turística. Por lo tanto, el objetivo general de esta investigación es: diseñar líneas estratégicas para la transformación de Soroa en un territorio turístico de bienestar. Basándose en un enfoque mixto, el estudio se dividió en tres etapas, durante las cuales se emplearon diferentes métodos como: el

histórico-lógico, inductivo-deductivo y análisis síntesis, métodos teóricos como el análisis documental, y fuentes de información primaria y secundaria como la revisión bibliográfica y la entrevista, respectivamente. Además, se usaron herramientas como los análisis PESTA y DAFO, mediante los cuales se identifican los elementos del entorno, así como la posición estratégica que se debe adoptar en el área de estudio. Se efectuó un análisis de benchmarking con destinos internacionales destacados en turismo de bienestar que permitió identificar mejores prácticas aplicables a Soroa. La propuesta final se articula en una serie de líneas estratégicas a aplicar para la transformación de la comunidad objeto de estudio en un territorio de bienestar competitivo y sostenible, mejorando la calidad de vida de sus habitantes y fortaleciendo su posicionamiento.

PALABRAS CLAVE: TURISMO DE BIENESTAR, TRANSFORMACIÓN TERRITORIAL, SOROA, DESARROLLO SOSTENIBLE, BENCHMARKING, LÍNEAS ESTRATÉGICAS.

ABSTRACT

Tourism is a constantly evolving sector, as are people's motivations. Currently, wellness tourism is one of the most in-demand modalities, which presents an opportunity for countries with ideal conditions for its introduction. Cuba has territories with resources and attractions in this area, such as the rural community of Soroa, which lacks strategic plans for the development of this tourism modality. Therefore, the general objective of this research is to design strategic lines for the transformation of Soroa into a wellness tourism destination. Based on a mixed-method approach, the study was divided into three phases, during which various methods were used, including the historical-logical, inductive-deductive, and synthesis analysis methods, as well as theoretical methods such as document analysis, and primary and secondary sources of information such as bibliographic review and interviews, respectively. Additionally, tools like PEST and SWOT analyses were employed to identify environmental elements and the strategic position that should be adopted in the study area. A benchmarking analysis was conducted with leading international wellness tourism destinations, allowing the identification of best practices applicable to Soroa. The final proposal

is articulated in a series of strategic lines to be implemented for the transformation of the community under study into a competitive and sustainable wellness territory, improving the quality of life of its inhabitants and strengthening its positioning.

KEYWORDS: WELLNESS TOURISM, TERRITORIAL TRANSFORMATION, SOROA, SUSTAINABLE DEVELOPMENT, BENCHMARKING, STRATEGIC LINES.

CARACTERIZACIÓN DE LA PROMOCIÓN DEL TURISMO DE BIENESTAR EN CUBA

Gabriela Ruso

Facultad de Turismo Mario Calit

Facultad de Turismo

RESUMEN

El turismo de bienestar se ha consolidado como un sector estratégico en la diversificación y fortalecimiento de la oferta turística de Cuba, respondiendo a las crecientes demandas globales de experiencias que promuevan la salud física, mental y emocional. Esta investigación tiene como objetivo analizar las estrategias de promoción del turismo de bienestar en Cuba y diagnosticar la situación actual para mejorar su competitividad en el ámbito internacional. Para ello, se emplearon métodos teóricos y empíricos, tales como el análisis documental, entrevistas con actores clave del sector, y un benchmarking con destinos caribeños como República Dominicana y Costa Rica. Los resultados revelan que, si bien Cuba ha logrado avances significativos en el uso de plataformas digitales y en su participación en eventos internacionales, existen desafíos notables, especialmente en la diversificación del contenido promocional y la modernización de su infraestructura digital. Además, se identificaron oportunidades de mejora en la formación del personal y en la integración de prácticas sostenibles en la oferta turística. La propuesta de acciones incluye recomendaciones específicas para optimizar el contenido visual, potenciar el uso

de nuevas tecnologías y mejorar la capacitación del personal, con el fin de posicionar a Cuba como un destino líder en el turismo de bienestar.

ABSTRACT

Wellness tourism has become a strategic sector in the diversification and strengthening of Cuba's tourism offerings, responding to the growing global demands for experiences that promote physical, mental, and emotional health. This research aims to analyze the promotional strategies of wellness tourism in Cuba and diagnose the current situation to improve its international competitiveness. To achieve this, theoretical and empirical methods were used, such as document analysis, interviews with key sector actors, and benchmarking with Caribbean destinations like the Dominican Republic and Costa Rica. The results reveal that, although Cuba has made significant progress in using digital platforms and participating in international events, there are notable challenges, especially in diversifying promotional content and modernizing its digital infrastructure. Additionally, opportunities for improvement were identified in staff training and integrating sustainable practices into the tourism offering. The proposed actions include specific recommendations to optimize visual content, enhance the use of new technologies, and improve staff training, with the aim of positioning Cuba as a leading destination in wellness tourism.

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO DE BIENESTAR EN SERVICIOS MÉDICOS CUBANOS

Laura Domínguez Fernández

Maestrante Gestión Turística

Servicios Médicos Cubanos

RESUMEN

Cuba combina los servicios de calidad de vida con sus atractivos turísticos, y de esta forma le añade valor; con su riqueza natural, clima, cultura y calidez de su gente; que lo convierte en un destino ideal para combinar descanso con

tratamientos de bienestar. La Comercializadora de Servicios Médicos Cubanos, S.A. en los últimos años potencia la comercialización del bienestar y calidad de vida estableciendo alianzas con el sector turístico, como una de las estrategias fundamentales del país para el desarrollo de las exportaciones de servicios. Por tal motivo la presente investigación tiene como objetivo diseñar la estrategia de comunicación de la Comercializadora de Servicios Médicos Cubanos, S.A. para el turismo de bienestar y calidad de vida en Cuba, para su posterior implementación en la entidad. También ofrece una visión sistémica y de pensamiento estratégico a la empresa; aporta una mirada más amplia del estado de la comunicación. **Palabras claves:** turismo, comunicación, bienestar, calidad de vida, Cuba.

ABSTRACT

Cuba combines quality of life services with its tourist attractions, and in this way adds value, with its natural wealth, climate, culture and warmth of its people, which makes it an ideal destination to combine rest with wellness treatments. In recent years, the Cuban Medical Services power the commercialization of well-being and quality of life by establishing alliances with the tourism sector, as one of the countries' s fundamental strategies for the development of its service exports. For this reason, this research has the objective is to design the communication strategy of Cuban Medical Services for wellness tourism and quality of life in Cuba, for its subsequent implementation in the entity. It also offers a systemic vision and strategic thinking to the company, providing a broader view of the state of communication.

Keywords: communication, well-being, quality of life Cuba.

POTENCIALIDADES PARA EL DESARROLLO DEL TURISMO DE SALUD DESDE LA LOCALIDAD

Massiel Laíz Rojo Chaviano

Máster en Administración de Empresas. Universidad de Matanzas

massiellaizrojo@gmail.com

Evelyn González Paris.

Doctora en Ciencias Económicas. Profesora Titular Universidad de Matanzas.

evemaegp@gmail.com

Yenisey León Reyes.

Doctora en Ciencias Técnicas. Universidad de Matanzas

yenisey.leon@umcc.cu

RESUMEN

El turismo de salud representa una modalidad en expansión en los últimos años. Las tendencias apuntan al incremento de los flujos turísticos hacia destinos donde puedan obtener mayores beneficios para su bienestar físico y emocional, en tanto las localidades se erigen como protagonistas, a partir del fortalecimiento de sus recursos endógenos. En la búsqueda de nuevas oportunidades en la industria del ocio, los actores gubernamentales juegan un papel fundamental como máximos responsables del desarrollo local, de ahí que su proyección deba encaminarse al aprovechamiento de las capacidades de cada territorio en función de obtener mayores dividendos. Por ello, el objetivo de la presente investigación radica en determinar las potencialidades para el desarrollo del turismo de salud desde la localidad; para lo cual se toma como caso de estudio la ciudad de Matanzas. Los métodos empleados fueron la revisión bibliográfica, observación, encuesta y entrevistas en profundidad. Como resultado, se caracterizan los servicios de salud al turismo y se identifican las brechas que impiden el desarrollo de esta modalidad, donde se incluye la gestión del gobierno local como actor fundamental en la planificación de la actividad turística a estas instancias.

PALABRAS CLAVE: CAPACIDADES ENDÓGENAS; DESARROLLO LOCAL; GOBIERNOS LOCALES;

TURISMO DE SALUD

ASBTRACT

Health tourism represents a modality that has been expanding in recent years. The trends point to an increase in tourist flows to destinations where they can

obtain greater benefits for their physical and emotional wellbeing, while the localities stand as protagonists, based on the strengthening of their endogenous resources. In the search for new opportunities in the leisure industry, government actors play a fundamental role as those most responsible for local development; hence, their projection must be aimed at taking advantage of the capacities of each territory in order to obtain greater dividends. Therefore, the objective of this research is to determine the potentialities for the development of health tourism from the locality; for which the city of Matanzas is taken as a case study. The methods used were bibliographic review, observation, survey and indepth interviews. As a result, health services for tourism are char la Marina Marlin Cienfuegos acterized and the gaps that prevent the development of this modality are identified, including the management of the local government as a fundamental actor in the planning of tourism activity in these instances.

KEY WORDS: ENDOGENOUS CAPACITIES; LOCAL DEVELOPMENT; LOCAL GOVERNMENTS; HEALTH TOURISM

PLAN DE ACCIONES PARA LA TRANSFORMACIÓN DE SAN DIEGO DE LOS BAÑOS EN UN TERRITORIO TURÍSTICO ESPECIALIZADO EN BIENESTAR.

Taybel Balmaceda Díaz

Licenciado en Turismo. Profesora Instructora de la Facultad de Turismo de la Universidad de La Habana.

taybalmacedadiaz@gmail.com

Mario Calit González Betancourt

Licenciado en Comunicación Social, Especialista de la Dirección de Comunicación Institucional, Universidad de La Habana

calitg71@gmail.com

RESUMEN

El turismo de bienestar está en crecimiento, impulsado por la búsqueda de equilibrio físico, mental y espiritual. Este sector no solo genera ingresos y empleos, sino que también favorece el desarrollo socioeconómico y reduce los impactos del turismo masivo. En Cuba, las aguas mineromedicinales tienen un notable potencial para revitalizar este tipo de turismo, promoviendo la calidad de vida de residentes y visitantes. San Diego de los Baños, en Pinar del Río, Cuba, es conocido por sus aguas mineromedicinales y su proximidad a la Sierra del Rosario, una Reserva de la Biosfera. Aunque cuenta con recursos naturales y opciones de alojamiento, la afluencia de turistas es baja y no hay un plan formal para desarrollar el turismo de bienestar en la zona. Con esta investigación se pretende diseñar un plan de acciones para el desarrollo turístico en San Diego de los Baños, que sienta bases para su posterior acreditación como UNWTO Tourism Village y para su relanzamiento en el mercado del turismo como territorio turístico de bienestar e inteligente. Para su cumplimiento, se realizó revisión bibliográfica, se aplicó un sistema de indicadores adaptado de Ivars et al. (2017) y se realizaron encuestas a diferentes actores locales. Esto permitió elaborar un plan de acción para la transformación de San Diego de los Baños en un Territorio Turístico Inteligente especializado en bienestar, dividido en dos fases.

PALABRAS CLAVE: TURISMO DE BIENESTAR, SAN DIEGO DE LOS BAÑOS, AGUAS

MINEROMEDICINALES, DESARROLLO LOCAL

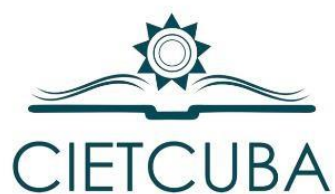
ABSTRACT

Wellness tourism is on the rise, driven by the pursuit of physical, mental, and spiritual balance. This sector not only generates income and jobs but also promotes socioeconomic development and reduces the impacts of mass tourism. In Cuba, the mineral-medicinal waters have significant potential to revitalize this type of tourism, enhancing the quality of life for residents and visitors. San Diego de los Baños, in Pinar del Río, Cuba, is known for its mineral-medicinal waters and its proximity to the Sierra del Rosario, a Biosphere Reserve. Although it has

natural resources and accommodation options, tourist influx is low, and there is no formal plan to develop wellness tourism in the area. This research aims to design an action plan for tourism development in San Diego de los Baños, laying the groundwork for its subsequent accreditation as a UNWTO Tourism Village and for its relaunch in the tourism market as a wellness and smart tourism territory. To achieve this, a literature review was conducted, an indicator system adapted from Ivars et al. (2017) was applied, and surveys were conducted with various local stakeholders. This allowed for the development of an action plan for the potential transformation of San Diego de los Baños into a Smart Tourism Territory specialized in wellness, divided into two phases.

KEYWORDS: WELLNESS TOURISM, SAN DIEGO DE LOS BAÑOS,
MINEROMEDICINAL WATERS,

LOCAL DEVELOPMENT



SECCIÓN 9:

VII SIMPOSIO INTERNACIONAL DE ESTUDIOS SOBRE ENTIDADES DE HOSPITALIDAD



SECCIÓN 9: VII SIMPOSIO INTERNACIONAL DE ESTUDIOS SOBRE ENTIDADES DE HOSPITALIDAD

DISEÑO DE UN SISTEMA DE ESTIMACIÓN DE LA DEMANDA PARA HOTELES DEL DESTINO CAYOS DE VILLA CLARA

Lic. Eduardo Mario Rivero González.

Hotel One Gallery Villa Clara, Cuba.

MSc. Ing. Aliosky Camacho Rodríguez.

Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas, Cuba.

acamacho@uclv.edu.cu.

Ing. Ariel Alejandro González Conde.

Comercializadora Mayorista ITH Trinidad.

María Fernanda Rodríguez Vázquez.

Estudiante de 3er año de Licenciatura en Turismo Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas, Cuba.

mrvazquez@uclv.cu

RESUMEN

La elaboración, ejecución y seguimiento de un sistema para la estimación de la demanda es una tarea necesaria dentro de la gestión hotelera, ya que permite mantener una capacidad de producción con bajos niveles de incertidumbre, atender a las fluctuaciones de la demanda, para protegerse de la falta de confiabilidad de los proveedores y el desabastecimiento de los productos. Por todo lo anterior la finalidad de la presente investigación es el diseño de un sistema de pronóstico de la demanda para los hoteles que conforman el destino turístico Cayería Norte Villa Clara. Se aplicaron técnicas, métodos y

herramientas que permitieron el alcance de los objetivos definidos; entre ellas: entrevistas, análisis documental, elaboración de gráficas y tablas, análisis estadísticos, entre otros. El principal resultado obtenido fue un sistema de previsión de la demanda basado en las necesidades reales de los clientes que, como instrumento de trabajo, permitirá una mejor planificación de esta. El sistema propuesto garantiza su validación al alcanzar en la entidad objeto de estudio resultados cualitativos y cuantitativos significativos a través de los análisis de validación realizados.

PALABRAS CLAVE: DEMANDA, ESTIMACIÓN, DESTINO TURÍSTICO, HOTELERÍA

ABSTRACT

The preparation, execution and monitoring of a demand management system is a necessary task within hotel management, since it allows maintaining a production capacity with low levels of uncertainty, attending to fluctuations in demand, to protect itself from lack of supplier reliability and product shortages. For all of the above, the purpose of this research is the design of a demand forecast system for the tourist destination Cayeria Norte Villa Clara. Techniques, methods and tools were applied that allowed the achievement of the defined objectives; among them: interviews, documentary analysis, preparation of graphs and tables, statistical analysis, among others. The main result obtained was a demand management system based on the real needs of customers which, as a working instrument, will allow for better demand planning. The proposed system guarantees its validation by achieving significant qualitative and quantitative results in the entity under study through the validation analyzes carried out.

KEYWORDS: DEMAND, ESTIMATION, TOURIST DESTINATION, HOTELS

IMPLEMENTACIÓN DE LA METODOLOGÍA PARA LA EVALUACIÓN DE LA CALIDAD DE LOS SERVICIOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS EN EL HOTEL NH CAPRI.

Dr. C. de los Alimentos. Beatriz Romaní Bendig

Universidad de La Habana, Facultad de Turismo

bea_romani@ftur.uh.cu

Lic. Turismo Chabeli María Carrasco Gutiérrez

Universidad de La Habana, Facultad de Turismo.

Dr. C. de los Alimentos Julia M. Espinosa Manfugás.

Universidad de La Habana, Facultad de Turismo

julia_espinosa@ftur.uh.cu

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general implementar la metodología para la evaluación de la calidad de los servicios de alimentos y bebidas en el hotel NH Capri. Con el propósito de dar cumplimiento al objetivo, se desarrolló un procedimiento metodológico en 4 etapas y se emplearon diferentes métodos de investigación científica, de orden teórico y empírico. Se aplicaron listas de chequeo, y encuestas en forma de cuestionario para evaluar las expectativas de los turistas y la satisfacción general del cliente interno y externo. Con el propósito de conocer la viabilidad de la aplicación de la metodología, se efectuó una entrevista a los miembros del equipo de trabajo del hotel. Se empleó la estadística descriptiva a través del cálculo de porcentajes. La confiabilidad de los cuestionarios se determinó a partir del alfa de Cronbach. Se realizó el test de Friedman y Wilcoxon, la prueba de escalamiento óptimo, y el diagrama de Pareto. Para el procesamiento de los datos obtenidos se utilizó el programa estadístico "Statistic Program for Social Sciences" (SPSS versión 24). Los resultados permitieron determinar que el hotel cuenta con un buen Nivel de Calidad General, y evidenciaron la viabilidad de la implementación de la metodología, la cual se considera innovadora y coherente. La principal limitación durante su puesta en práctica estuvo asociada a la evaluación de las expectativas de los clientes en relación a los servicios de alimentos y bebidas.

PALABRAS CLAVES: CALIDAD, SATISFACCIÓN, CLIENTES, SERVICIOS DE ALIMENTOS Y BEBIDAS.

ABSTRACT

The general objective of this research has been to implement the methodology for evaluating the quality of food and beverage services at the NH Capri hotel. In order to fulfill the objective, a methodological procedure was developed in 4 stages and different scientific research methods of a theoretical and empirical order were applied. Checklists and surveys in the form of a questionnaire were applied to evaluate the expectations of tourists and the general satisfaction of internal and external clients. Furthermore, with the purpose of knowing the viability of the application of the methodology, an interview was carried out with the members of the hotel's work team. Descriptive statistics were used through the calculation of percentages, reliability was determined using Cronbach's alpha, the Friedman and Wilcoxon test, the optimal scaling test, and the Pareto diagram were performed. To process the data obtained, the statistical program "Statistic Program for Social Sciences" (SPSS version 24) was used. The results allowed us to determine the general quality level of the hotel, as well as the viability of the implementation of the methodology, which is considered innovative and coherent. The main limitation during its implementation was associated with the evaluation of customer expectations in relation to food and beverage services.

KEYWORDS: QUALITY, SATISFACTION, CUSTOMERS, FOOD AND BEVERAGE SERVICES.

CALIDAD DE VIDA LABORAL COMO HERRAMIENTA PARA LA PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA DE RR.HH. EN INSTALACIONES DEL DESTINO CAYO SANTA MARÍA

Dra. P.T Kenia Alvarez Cepero

Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas. Santa Clara, Cuba.

keniaac@uclv.edu.cu

Lic. Danyer Pérez Jimenez.

Director de Oficina de Empleo de la Delegación Gaviota Centro.

Lic. Beatriz Plana Morales.

Directora General Hotel Grand Sirenis Cayo Santamaría.

RESUMEN

El capital humano es el elemento más valioso de una empresa para alcanzar sus objetivos de manera eficiente y eficaz. Actualmente la desmotivación, la insatisfacción y un desempeño deficiente de los trabajadores en las instalaciones de la Cayeria Norte de Villa Clara influyen de manera negativa en la productividad y atención a los clientes. Existen aspectos propios de las organizaciones que afectan el comportamiento y desempeño laboral, tales como sistema de trabajo, políticas, métodos de dirección y gerencia, estrategias organizacionales, efectividad y productividad. La Calidad de Vida Laboral (CVL) engloba esfuerzos para incrementar la productividad y mejorar el bienestar de los empleados y su entorno basada en una percepción que expresan los empleados de una organización sobre su grado de satisfacción o insatisfacción con respecto al medio ambiente en el que laboran. Por ello se establece como objetivo general proponer conjunto de estrategias basada en la innovación que fomente una cultura organizacional que promueva el compromiso de los empleados a través de la evaluación de la CVL. La propuesta persigue preparar a la organización para adaptarse rápidamente a los cambios del mercado y tecnológicos, implementar programas de bienestar integral que atiendan la salud mental y física, mejorando la resiliencia y la satisfacción laboral e integrar soluciones tecnológicas que faciliten la colaboración efectiva en entornos de trabajo

PALABRAS CLAVES: CALIDAD DE VIDA LABORAL, PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA, RECURSOS HUMANOS, BIENESTAR INTEGRAL.

ABSTRACT

Human capital is the most valuable element of a company to achieve its objectives efficiently and effectively. Currently, demotivation, dissatisfaction and poor performance of workers in the facilities of the Cayeria Norte of Villa Clara negatively influence productivity and customer service. There are aspects of

organizations that affect behavior and work performance, such as work system, policies, leadership and management methods, organizational strategies, effectiveness and productivity. Quality of Work Life (QOL) encompasses efforts to increase productivity and improve the well-being of employees and their environment based on a perception expressed by employees of an organization about their degree of satisfaction or dissatisfaction with the environment in which they work. they work for this reason; the general objective is established to propose a set of strategies based on innovation that fosters an organizational culture that promotes employee commitment through the evaluation of the CVL. The proposal seeks to prepare the organization to quickly adapt to market and technological changes, implement comprehensive well-being programs that address mental and physical health, improving resilience and job satisfaction, and integrate technological solutions that facilitate effective collaboration in work environments job

KEYWORDS: QUALITY OF WORK LIFE, STRATEGIC PLANNING, HUMAN RESOURCES, INTEGRAL WELL-BEING.

COMITÉ CIENTÍFICO CIETCUBA 2024

Presidente: Dr.C Yasser Vázquez Alfonso

Secretaria: Dra.C Mercedes del Carmen Franco Rodríguez

Presidente del X Taller Internacional de la Educación Superior ante el Desarrollo Turístico y I Encuentro de Educación Profesional para el Turismo: MSc. Ramón Simón Ricardo

Presidente del VII Simposio de Turismo y Viajes: MSc. Rebeca Olivera Elosegui

Presidente del VII Simposio de Entidades Turísticas: Dra. C. Zoila Ulacia Oviedo

Presidente del III Taller de Innovación en el Turismo: Dra. C. Yureidys García Leonard

Presidente del III Taller de Turismo Inclusivo: MSc. Araiz Gascón Pérez.

Presidente del III Encuentro Internacional de Estudiantes de Turismo: MSc. Yoan Hernández Flores

Presidente del II Taller Turismo de Salud, Bienestar y Calidad de Vida: Dra. C. Martha Omara Robert Beatón

Dr. C. Carlos Cristóbal Martínez Martínez (Universidad Central Martha Abreu de Las Villas, Cuba)

Dr. C. Alejandro Delgado Castro (Universidad de La Habana, Cuba)

Dr. C. James Deegan (Universidad de Limerick, República de Irlanda)

Dra. C. Leidy Yomary García (Universidad de Talca, Chile)

Dr. C. Yudemir Cruz Pérez (Universidad de La Habana, Cuba)

Dr. C. Bartolomé Deyá Torrella (Universidad de las Islas Baleares, España)

Dr. C. Yin Hao, (Universidad de Economía y Leyes de Henan, China)

Dr. C. Arcadio Cerda Urrutia (Universidad de Talca, Chile)

Dra. C. Maité Echarri Chávez (Universidad de La Habana, Cuba)

Dr. C. Clemente Hugo Ramírez Frías (Universidad de La Habana, Cuba)

Dr. C. Arnaldo Efrén Mendoza Tarabó (Universidad DLP S. Elena, Ecuador)

Dr. C. Julián Leoncio Rodríguez (Universidad de La Habana, Cuba)

Dr. C. José Álvarez García (Universidad de Extremadura, España)

Dra. C. Julia María Espinosa Manfugás (UH, Cuba)

Dra. C. María de la Cruz del Río-Rama (Universidad de Vigo, España)

Dr. C. Héctor Ayala Castro (Universidad de La Habana, Cuba)

Dra. C. Virginia Estrada de Oses (Universidad de Panamá, Panamá) Dr. C.
Aníbal Gonzalo Fuentes Moreno (UCE, Ecuador)

Dr. C. Ramón Pomés Hernández (Grupo Cubanacán Hoteles, Cuba)

MÁS DETALLES:

www.eventos.uh.cu/event/48

PARA CITAR EL LIBRO

Toledo Castillo, N. R., Villacís Venegas, N. Y. & Peñafiel Moncayo, I. R. (2022). Estrategias de enseñanza - aprendizaje en la educación superior: Una experiencia en la ESPOCH Recuperado desde: <http://libros.cienciadigital.org/index.php/CienciaDigitalEditorial/catalog/book/15>




Las opiniones expresadas por los autores no reflejan la postura del editor de la obra. El libro es de creación original de los autores, por lo que esta editorial se deslinda de cualquier situación legal derivada por plagios, copias parciales o totales de otras obras ya publicados y la responsabilidad legal recaerá directamente en los autores del libro.

El libro queda en propiedad de la editorial y, por tanto, su publicación parcial y/o total en otro medio tiene que ser autorizado por el director de la Editorial Ciencia Digital.

CORREOS Y CÓDIGOS ORCID


Autores

 Mercedes del Carmen Franco

 <https://orcid.org/>




 Yoan Hernández Flores

 <https://orcid.org/>



 Ananda Díaz López

 <https://orcid.org/>



ISBN: 978-9942-7373-2-8



INNOVANDO EN EL ÁREA ACADEMICA

2025



[Doi.org/10.33262/cde.25](https://doi.org/10.33262/cde.25)

ISBN: 978-9942-7373-2-8



9 789942 737328