

VI CONVENCION INTERNACIONAL DE ESTUDIOS TURISTICOS

CIETCUBA 2023

Autora: Cecilia de las Mercedes Marshall Ruiz

(Modalidad no presencial)

TEMÁTICA: COMERCIALIZACIÓN Y MARKETING TURÍSTICO

DIVERSIFICACIÓN DEL TURISMO AVILEÑO. PROYECTO SOCIOCULTURAL COMUNITARIO YABMAMBÓ

Resumen:

Por las características geográficas y climáticas de Cuba, nuestra provincia de Ciego de Ávila desarrolla el turismo de sol y playa como modalidad turística principal, fundamentalmente en la cayería norte de la provincia donde el complejo de cayos “Jardines del Rey” constituye el tercer polo turístico en importancia del país. El presente trabajo tiene como objetivo comercializar el Proyecto Sociocultural Comunitario Yambambó ubicado en el municipio Morón de la provincia antes mencionada como producto cultural en la diversificación del turismo avileño y abordar las mejoras económicas de la multiplicidad de las modalidades turísticas con especial enfoque en el turismo cultural. Con este trabajo se espera promover las raíces franco-haitianas dentro de la identidad cultural cubana y las ventajas de la cultural para el mercado turístico. El análisis estadístico de los principales intereses de los turistas que visitan nuestro país, de conjunto con el estudio del impacto de la cultura en el turismo y encuestas realizadas a diferentes personas en calidad de espectadores del Proyecto Yambambó arrojaron como resultado que

Titulación máxima: Bachiller en Ciencias y Letras

Vínculo institucional: Carrera: Licenciatura en Turismo

Facultad: Ciencias Económicas y Empresariales

Universidad de Ciego de Ávila Máximo Gómez Báez

Correo electrónico: cecilia.marshall2409@gmail.com

nuestro país es apreciado como destino cultural por un gran porcentaje de los visitantes que recibe y estimar el cambio que supondría la inclusión del Proyecto Yambambó en el turismo avileño. Estos resultados permitieron concluir que la inclusión del Proyecto Yambambó en las rutas turísticas habituales ofertadas a los clientes que visitan la provincia, sería una excelente oportunidad para expandir nuestro mercado a aquellos turistas que ven a Cuba como destino cultural más que de sol y playa, además de que constituiría una experiencia novedosa para los clientes multirepentes en los destinos de la provincia. A la vez, dichos resultados demuestran que es beneficioso desarrollar productos culturales y vincular más a los actores culturales de la provincia en función de la diversificación turística.

Palabras clave:

IMPACTO CULTURAL, YAMBAMBÓ, COMERCIALIZACIÓN, TURISMO CULTURAL

Titulación máxima: Bachiller en Ciencias y Letras
Vínculo institucional: Carrera: Licenciatura en Turismo
Facultad: Ciencias Económicas y Empresariales
Universidad de Ciego de Ávila Máximo Gómez Báez
Correo electrónico: cecilia.marshall2409@gmail.com