**XII CONFERENCIA INTERNACIONAL DE CIENCIAS EMPRESARIALES.**

**IX Taller Internacional de Hotelería y Turismo (HOTELTUR)**

**Título**

**Título: Los productos turísticos culturales con referentes religiosos. Caso de estudio: “La ruta de las iglesias en Santa Clara”.**

**Title**

***Cultural tourism products with religious references. Case study: "The route of the churches in Santa Clara".***

**Autores**

MSC. Noel Pérez Rojas

Dirección: Calle San Isidro, No. 10 entre Céspedes y Rolando Pardo, Santa Clara.

Email: noelpr@uclv.cu

Lic. Eva María Pulido Rizo

Dirección: Calle 6ta, No. 10 entre Paseo y Parque, Reparto Riviera, Santa Clara.

**Resumen**

Resumen

El mercado turístico del siglo XXI demanda cada vez más productos, que tributen a su conocimiento y disfrute espiritual, lo que implica que se diversifiquen las ofertas; integrando las nuevas tecnologías con modalidades que vinculen la naturaleza, la historia, la tradición, la arquitectura, la fe religiosa y los bienes muebles e inmuebles declarados como patrimonio. En este contexto, el turismo cultural adopta un rol protagónico, al contener elementos que se integran en la creación de productos turísticos atractivos y sustentables. La presente investigación se centra en el diseño de un de producto turístico cultural con referentes religiosos que incorpora recursos tangibles e intangibles de las iglesias del centro de la ciudad de Santa Clara; de manera que se promuevan otros atractivos con potencial turístico en la urbe, que actualmente no son usados turísticamente. Con este fin se aplicó el procedimiento de diagnóstico de los recursos turísticos patrimoniales propuesto por Carvajal (2010), y la Metodología para la mejora o diseño de productos turísticos y su comercialización (MEPROTUR) propuesta por Funcia, C. et al (2009). Con la propuesta, “Ruta de las Iglesias”, los clientes disfrutan de un recorrido guiado por las principales iglesias con altos valores patrimoniales del centro de la ciudad y aprecian otros recursos históricos culturales y sociales, que satisfacen las expectativas de conocimiento de los turistas, en concordancia con los lineamientos de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución, cumple con la necesidad de crear novedosas y variadas ofertas turísticas y así contribuir al desarrollo local y nacional.

**Palabras claves:** productos turísticos culturales con referentes religiosos. Ruta de las Iglesias.

**Summary**

The 21st century tourism market demands more and more products, which pay tribute to their knowledge and spiritual enjoyment, which implies that the offers are diversified; integrating new technologies with modalities that link nature, history, tradition, architecture, religious faith and movable and immovable property declared as heritage. In this context, cultural tourism takes a leading role, containing elements that are integrated into the creation of attractive and sustainable tourism products. This research focuses on the design of a cultural tourism product with religious references that incorporates tangible and intangible resources of the churches in the center of the city of Santa Clara; in a way that promotes other attractions with tourism potential in the city, which are not currently used in tourism. To this end, the diagnostic procedure for heritage tourism resources proposed by Carvajal (2010) was applied, and the Methodology for the improvement or design of tourism products and their commercialization (MEPROTUR) proposed by Funcia, C. et al (2009). With the proposal, "Route of the Churches", customers enjoy a guided tour of the main churches with high heritage values ​​of the city center and appreciate other historical cultural and social resources, which meet the expectations of knowledge of tourists, in accordance with the guidelines of the Economic and Social Policy of the Party and the Revolution, meets the need to create novel and varied tourism offers and thus contribute to local and national development.

Keywords: cultural tourism products with religious references. Route of the Churches.