

## **IX Taller Internacional de Hotelería y Turismo**

### **Procedimiento para la gestión de la imagen inducida en internet de destinos turísticos**

M.Sc. Ernesto Batista Sánchez, Lic. Ana María García Montero, Ing. Mayly Torres

Álvarez, Dr.C. Milagros Caridad Pérez Pravia, Lic. Elizabeth del Carmen Pérez Ricardo

Ante la relevancia creciente que exhibe la imagen de destinos turísticos en los estudios del sector, y con el objetivo de desarrollar un procedimiento para la gestión de la imagen inducida de destinos turísticos, se desarrolló la presente investigación. El procedimiento está compuesto de 5 fases, 20 pasos y 4 tareas, los cuales integran armónicamente indicadores cuantitativos y cualitativos para su implementación. Se sometió la propuesta de procedimiento a la valoración de un comité integrado por 13 expertos; quienes reconocieron su utilidad práctica, importancia, vigencia, validez, adaptabilidad y valor metodológico. Además, se realizó la aplicación parcial del procedimiento propuesto en la ciudad de Holguín; con lo cual se caracterizó el destino y se obtuvo un inventario de sus principales recursos turísticos; cuyo orden de prioridad de comercialización se estableció mediante una representación matricial. Se determinó la situación que presentan los agentes de formación de la imagen, respecto a la importancia que le conceden los turistas y el nivel de aprovechamiento por el destino. Se determinó la imagen afectiva, así como la imagen que se induce por medio de fotos y textos. Con base en los resultados obtenidos, se diseñaron estrategias para solucionar las insuficiencias detectadas.