



XII CONFERENCIA INTERNACIONAL DE CIENCIAS EMPRESARIALES
(CICE 2019)

IX TALLER INTERNACIONAL DE HOTELERÍA Y TURISMO
(HOTELTUR 2019)

**Rediseño del plan de acción comercial del Complejo de Turismo Topes de
Collantes**

*The redesign of marketing action plan of the Topes de Collantes Tourism
Complex*

Cor. Ángel Luis Camacho Gómez¹; Carlos Cristóbal Martínez Martínez²

Resumen

El turismo mueve millones de personas en el mundo y tiene repercusiones de diversas índoles; a partir de la importancia que se le concede en nuestro país a este fenómeno y del análisis realizado por el Grupo de Desarrollo del Complejo de turismo Topes de Collantes a la estrategia comercial que implementa el Complejo, se detectó como principal **problema**: La disminución del mercado internacional, dada por los daños provocados por el huracán Irma y el recrudescimiento del bloqueo de la administración Trump, por lo que se plantea como **objetivo general**: Rediseñar el plan de acción comercial del Complejo de Turismo Topes de Collantes y como **objetivos específicos**: diagnosticar el estado actual del Complejo, determinar las acciones para el rediseño del plan de acción comercial a partir de la aplicación de un procedimiento y constatar sus resultados. Fueron utilizados métodos y técnicas tales como la revisión documental, la observación, entrevistas y aplicación de encuestas. Esto permitirá identificar las líneas estratégicas sobre las cuales actuar a corto plazo para lograr un desarrollo integrado y sostenible del futuro turístico de esta región.

¹ Director General del Complejo Turístico Topes de Collantes, Cuba

² Dr. C. Jefe del Departamento de Turismo, Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas, Cuba.
cristobalc@uclv.edu.cu



**II Convención Científica Internacional 2019
CIENCIA Y TRANSFORMACIÓN SOCIAL PARA EL
DESARROLLO SOSTENIBLE
Universidad Central "Marta Abreu" de Las Villas**



Abstract

Tourism moves millions of people in the world and has repercussions of different kinds; Based on the importance granted to this phenomenon in our country and the analysis carried out by the Development Group of the Topes de Collantes tourism complex to the marketing strategy that implements the Complex, the main problem was detected: The decrease in the market international, given by the damages caused by Hurricane Irma and the resurgence of the blockade of the Trump administration, so it is proposed as a general objective: To redesign the marketing action plan of the Topes de Collantes Tourism Complex and as specific objectives: to diagnose the Current status of the Complex, determine the actions for the redesign of the marketing action plan based on the application of a procedure and verify its results. Methods and techniques such as document review, observation, interviews and survey application were used. This will allow identifying the strategic lines on which to act in the short term to achieve an integrated and sustainable development of the future tourism of this region.

Keywords: *product touristic, marketing, strategy.*

Eje Temático II. Turismo y Gestión