



**XII CONFERENCIA INTERNACIONAL DE CIENCIAS EMPRESARIALES
(CICE 2019)**

**IX TALLER INTERNACIONAL DE HOTELERÍA Y TURISMO
(HOTELTUR 2019)**

**Diseño de un producto turístico cultural religioso en la provincia de
Matanzas**

Design of a religious cultural tourist product in the province of Matanzas

Claudia Piñón García¹, Bisleivys Jiménez Valero², Sandra Silvia Santoyo Sánchez³

Resumen

El turismo se suele enfocar solo como un fenómeno económico o limitado al ocio y el disfrute banal, sin tener en cuenta que además, es un fenómeno cultural, que entraña complejas relaciones sociales. El turismo religioso pasa de ser un turismo en gran parte nacional a un turismo en el que convergen diferentes nacionalidades e incluso religiones y participa de características coincidentes con el turismo cultural, porque la visita se suele realizar en un entorno con patrimonio cultural, en lugares de culto religioso. La situación política, social y económica de Cuba, hace que no esté siempre en los primeros destinos turísticos en la región del Caribe. Sin embargo, si de turismo religioso se trata, Cuba es uno de los principales centros para ello en esta área, pues, concurren y conviven místicos y religiosos, que nutren de cultura a todos los visitantes. Resulta insuficiente la participación la atraktividad religiosa de Matanzas en la conformación de experiencias turísticas en el destino más importante del país. En correspondencia con los aspectos señalados anteriormente se plantea como Objetivo General de la presente Investigación: Diseñar un producto turístico cultural religioso en la provincia de Matanzas. Las principales herramientas utilizadas en la misma son la revisión de documentos, trabajo en grupo con expertos, tormenta de ideas, matriz DAFO, entrevista, trabajo de campo, observación directa, fichas técnicas. Los principales resultados son la elaboración de una metodología para el diseño de un producto turístico cultural religioso y el diseño del producto "Religion Tour" en la provincia de Matanzas.

¹ Licenciada en Turismo. Hotel Paradisus Princesa del Mar, Cuba. claup@nauta.cu

² Dra. C. Bisleivys Jiménez Valero. Universidad de Matanzas, Cuba. bisleivys.jimenez@umcc.cu

³ MSc. Sandra Santoyo Sánchez. Universidad de Matanzas, Cuba. sandra.santoyo@umcc.cu



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



Palabras Clave: Matanzas, Turismo Cultural Religioso, Producto Turístico.

Abstract

Tourism is usually focused only as an economic phenomenon or limited to leisure and banal enjoyment, without taking into account that it is also a cultural phenomenon, involving complex social relationships. Religious tourism goes from being a largely national tourism to a tourism in which different nationalities and even religions converge and share characteristics that coincide with cultural tourism, because the visit is usually made in an environment with cultural heritage, in places of religious worship. The political, social and economic situation of Cuba means that it is not always in the first tourist destinations in the Caribbean region. However, if religious tourism is involved, Cuba is one of the main centers for this in this area, because, mystics and religious coexist and coexist, nourishing all visitors with culture. The participation of the religious attractiveness of Matanzas in the conformation of tourist experiences in the most important destination of the country is insufficient. In correspondence with the aforementioned aspects, the General Objective of the present Research is proposed: Design a religious cultural tourism product in the province of Matanzas. The main tools used in it are document review, group work with experts, brainstorming, SWOT matrix, interview, field work, direct observation, technical data sheets. The main results are the development of a methodology for the design of a religious cultural tourism product and the design of the product "Religion Tour" in the province of Matanzas.

Keywords: Matanzas, Religious Cultural Tourism, Tourist Product.

Eje Temático III. Turismo y Marketing