

34

Fecha de presentación: diciembre, 2022

Fecha de aceptación: febrero, 2023

Fecha de publicación: abril, 2023

DETERMINACIÓN

DE VARIABLES QUE INFLUYEN EN LA DEMANDA PARA ESTUDIOS DE POTENCIAL TURÍSTICO EN CIENFUEGOS

DETERMINATION OF VARIABLES THAT INFLUENCE THE DEMAND FOR STUDIES OF TOURISM POTENTIAL IN CIENFUEGOS

David Anacleto Pérez Guevara¹

E-mail: dpguevara@ucf.edu.cu

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7252-1559>

Liannelis Torres Sarría¹

E-mail: lsarria@ucf.edu.cu

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-9876-8963>

Reynier Reyes Hernández¹

E-mail: reyreyes@ucf.edu.cu

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7032-0892>

¹Universidad de Cienfuegos "Carlos Rafael Rodríguez" Cuba.

Cita sugerida (APA, séptima edición)

Pérez Guevara, D. A., Torres Sarría, L., & Reyes Hernández, R. (2023). Determinación de variables que influyen en la demanda para estudios de potencial turístico en Cienfuegos. *Universidad y Sociedad*, 15(S1), 341-353.

RESUMEN

El objetivo general de la investigación consistió en identificar las variables que influyen en la demanda turística de la provincia, como elemento importante dentro de los estudios de potencial turístico en Cienfuegos, el mismo se sustenta en el análisis de fundamentos teóricos y metodológicos, el estudio de la regularidad en las principales investigaciones al respecto, el diagnóstico y caracterización del destino Cienfuegos, así como el criterio de expertos. Para el desarrollo de la investigación se emplearon métodos teóricos como análisis y síntesis, inducción y deducción e histórico – lógico que, junto al análisis documental, la observación directa, discusión grupal, entrevistas y el procesamiento de la información como métodos empíricos, permitieron la obtención de los elementos que contribuyeron a la obtención de la información para la gestión turística en la provincia de Cienfuegos, al identificar variables que influyen en la demanda.

Palabras clave: Demanda turística, potencial turístico, turismo

ABSTRACT

The general objective of the research consisted of identifying the variables that influence the tourist demand of the province, as an important element within the studies of tourist potential in Cienfuegos, it is based on the analysis of theoretical and methodological foundations, the study of the regularity in the main investigations in this regard, the diagnosis and characterization of the Cienfuegos destination, as well as the criteria of experts. For the development of the research, theoretical methods such as analysis and synthesis, induction and deduction and historical - logical were used, which together with documentary analysis, direct observation, group discussion, interviews and information processing as empirical methods allowed obtaining the results. elements that contributed to obtaining information for tourism management in the province of Cienfuegos, by identifying variables that influence demand.

Keywords: Tourism demand, tourism potential, tourism

INTRODUCCIÓN

El destino Cuba, además del tradicional turismo de sol y playa, trabaja en consolidar sus productos y desarrollar otras ofertas que incluyan como atractivo la cultura, la naturaleza y la náutica, comprometidos en lograr un turismo de paz, salud, seguridad y un multi destino en sí mismo. Para alcanzar estos objetivos, es de vital importancia los estudios sobre el potencial turístico que cuentan los territorios y de esta manera contribuir al desarrollo de la actividad turística a partir de sus recursos endógenos, y evitar el sobre dimensionamiento de proyectos de inversión que no se correspondan con las potencialidades de los territorios.

Un elemento a tener en cuenta en los estudios de potencial turístico, son los estudios de la demanda turística y de los factores que inciden en sus variaciones. El conocimiento de las características de los visitantes internacionales, permite adaptar las políticas a los cambios que se puedan dar, ayudar a la proyección de la planta hotelera, la comercialización y marketing del destino. La realización de pronósticos de la demanda permitirá tomar decisiones tanto a corto como a largo plazo más acertadas.

Como referentes sobre el tema en el contexto internacional se destacan los trabajos que, sobre la demanda turística, se han realizado en Europa y en particular en España como son las investigaciones de (Landaluce, 2017), (Moll & Prats, 2016), (Cánovas, 2017) y (Jiménez et al., 2017); enfocados en estudios de la demanda turística internacional y en estudios de demanda turística en destinos turísticos. En América Latina, (Orgaz, 2019) de Dominicana; (Pierre & Pastás, 2019), (Cisneros et al., 2019), de Ecuador y de México (Gómez & Rodríguez, 2018), realizan estudios de la demanda turística en ciudades y comunidades, y estudios sobre condicionantes de la demanda turística, comportamiento de los turistas y su influencia en la demanda turística.

En el caso de Cuba se destacan investigaciones realizadas por (Cuevas & Torres, 2016) sobre la demanda del mercado estadounidense, (Fernández et al., 2019) acerca de los modelos de predicción de la demanda turística y los trabajos de (Fernández et al., 2021) sobre demanda y pronóstico de demanda turística para cadenas hoteleras. En Cienfuegos no se ha realizado este tipo de estudios relacionados con la demanda turística en el período que se analiza.

En el Plan de Desarrollo 2016 – 2030 se plantea que se debe aprovechar posibilidades del territorio para el desarrollo de diversas modalidades de turismo, enfatizando en su ciudad... y en su excelente bahía. Cienfuegos como destino, posee un abanico de posibilidades en el

ámbito económico, político y social que influyen en el desarrollo de la actividad turística del territorio. Para ello, es necesario tener en cuenta que para fundamentar las inversiones que se realicen en el sector turístico deben corresponderse con un incremento previsto de la demanda de servicios y las características de los turistas, todo ello apoya una característica importante en el ramo y es la calidad del servicio turístico, la cual depende del nivel de integración que se logre entre los múltiples actores implicados con diversidad de intereses y prioridades.

Todo lo anterior conlleva a formular el problema de investigación: ¿Cómo contribuir a la gestión turística en la provincia de Cienfuegos?

El Objetivo General consiste en identificar las variables que influyen en la demanda turística en la provincia de Cienfuegos.

DESARROLLO

A pesar de la importancia del conjunto de atractivos que posee cualquier espacio geográfico, en buena parte de los estudios aplicados tanto al análisis como a la planificación turística, son tomados como meros actores secundarios, y son tratados como un simple listado de factores y elementos que atraen de facto a los turistas. En ocasiones, esta forma de proceder implica que se está desaprovechando una gran oportunidad para realizar un análisis en profundidad de los mismos desde la óptica turística. Con ello se conseguirá incidir mucho más en la medición del potencial turístico del territorio, así como vincular dichos estudios a la vocación turística de cada uno de esos espacios. Se trata, de romper con la tradición enumerativa para darle una conceptualización más rica, como sería la utilización de estos atractivos de tal forma que permitan explorar el territorio, partiendo del papel actual que juegan en el sistema y, por supuesto, del que pueden desempeñar en el futuro.

La medición de la potencialidad que ofrece el territorio para la puesta en marcha, el mantenimiento o la mejora de la actividad turística, viene marcada no solo por la presencia de atractivos, sino también por la variedad y concentración territorial, su accesibilidad y otros aspectos de índole geográfico.

Hay dos tendencias principales en la definición del potencial turístico, el enfoque inmaterial que enfatiza el hecho de que el potencial turístico es preliminar y precede a la certeza, ya que potencial o posible expresa solo la capacidad de ocurrir. Por otro lado, la tendencia material considera al potencial turístico como una suma de recursos

naturales y humanos (Iatu & Bulai, 2011). En la tabla 1 se presentan algunas consideraciones de autores referentes al concepto de potencial turístico.

Tabla 1. Potencial turístico. Consideraciones teóricas

Autores secundarios	Autores primarios	Consideraciones respecto al potencial turístico
(SECTUR, 2000)	(SECTUR, 2000)	El potencial turístico lo determina la forma en que la oferta de productos y servicios turísticos de una localidad se adapta para satisfacer las necesidades actuales de esparcimiento y recreación de los turistas nacionales e internacionales.
(Franco et al., 2009)	(Franco et al., 2009)	El potencial turístico de una región depende de la valoración que se realiza sobre sus recursos, así como del nivel de estructuración de sus atractivos en productos turísticos.
(Iatu y Bulai, 2011)	(Glăvan, 2006); (Muntele et al., 2006) (Ielenicz et al., 2009)	El potencial turístico es una medida cualitativa e inmaterial de ciertas posibilidades y condiciones subjetivas
(Aguilar y Aguilar, 2015)	(Blanco, 2008)	El término potencial turístico de un territorio se ha definido como la evaluación de la oferta, la demanda, la competencia, las tendencias del mercado y las características o "vocación" del mismo para la actividad turística
(Rodríguez et al., 2017)	(SECTUR, 2000) (Iatu y Bulai, 2011)	El potencial turístico de una región o localidad está definido y determinado por la capacidad que tienen sus recursos turísticos para reconvertirse y estructurarse en productos turísticos, para satisfacer los gustos y preferencias de los visitantes
(Lazo et al., 2017)	(Reyes & Sánchez, 2005)	El potencial turístico de un territorio radica en su capacidad de atracción de turistas y satisfacción de sus necesidades, se establece la necesidad de dotar a los atractivos de instalaciones e infraestructuras necesarias para la realización de actividades turísticas.

Fuente: Elaboración propia

A partir de los criterios anteriores, se considera que el potencial turístico de una región o localidad está definido y determinado por la valoración que se realice de la oferta, la demanda, la competencia, las tendencias del mercado y las características o disposición de los gobiernos locales, para satisfacer las necesidades actuales de esparcimiento y recreación de los turistas nacionales e internacionales, figura 1.



Figura 1. Potencial turístico.

Fuente: Elaboración propia

La demanda turística

En los estudios del potencial turístico de una localidad es imprescindible, tener en cuenta la demanda turística y los factores que inciden en su comportamiento. La definición de demanda turística varía según los intereses que muevan al investigador. Así, un economista se centrará en la demanda desde el punto de vista del consumo; un psicólogo se interesará más por el comportamiento y las motivaciones de dicha demanda, al respecto (Moll & Prats 2016) ofrecen una definición con connotaciones geográficas: El número total de personas que viajan o desean viajar, para disfrutar de facilidades turísticas y de servicios en lugares distintos al lugar de trabajo y de residencia habitual.

En su libro *Planificación del Espacio Turístico* Boullón (2006), plantea que: La demanda se puede medir contabilizando el total de turistas que concurren a una región, país, zona, centro turístico o atractivo, y a los ingresos que generan, y si se quiere profundizar el análisis midiendo cómo se distribuyen esos datos entre los distintos tipos de servicios que se ofrecen en esas mismas unidades.

Por lo general, los sistemas estadísticos de América Latina se limitan a la primera forma, pero sólo parcialmente, pues no pasan de los registros globales a nivel de país, con cifras más o menos exactas del turismo receptivo y estimaciones del turismo interno.

A veces estos datos se complementan con otros sobre la demanda de algunos de los centros turísticos más importantes, también superficiales, porque no van más allá del total de turistas por año, una estimación del gasto y la apreciación de la concurrencia en períodos de máxima asistencia, como los meses de alta temporada, la Semana Santa, los carnavales y algunos fines de semana largos.

Si bien esta información es útil para analizar la evolución del turismo a través de sus tasas de crecimiento o decrecimiento, y deducir el resultado económico, resulta insuficiente para definir técnicamente y con precisión las características que adopta el mercado en cada una de las tantas variantes y lugares en que se manifiesta el turismo de un país.

Se propone a partir de los criterios antes expuestos la siguiente clasificación de la demanda para realizar un estudio de la misma:

- Demanda real: indica la cantidad de turistas que hay en un momento dado en un lugar dado, y la suma de bienes y servicios solicitados efectivamente por los consumidores en ese lugar durante el tiempo de su estadía.

- Turista real—consumidor potencial se refiere a los gastos adicionales que puede realizar la demanda real durante su estadía, en el consumo de bienes y servicios que no fueron pagados antes de salir de viaje o que no son los obligados de alojamiento para el turista que viaja por su cuenta. El concepto de turista real—consumidor potencial debe tomarse en cuenta para diseñar las campañas publicitarias de cada centro turístico, de modo que lleguen a los visitantes durante el tiempo de su estadía para motivarlos a que visiten el mayor número posible de lugares y aumenten el gasto en cosas que desconocían antes de viajar a ese sitio.
- Demanda histórica es el registro estadístico de las demandas reales ocurridas en el pasado, y el análisis de sus variaciones y tendencias para deducir el ritmo de su evolución.
- Demanda futura es el resultado del cálculo que habrá que realizar, tomando como base las series cronológicas de la demanda histórica de un lugar dado, para proyectar, a partir del presente y mediante la aplicación de fórmulas matemáticas, su probable crecimiento, estancamiento o decremento durante un período de tiempo determinado.
- Demanda potencial es la que podría obtenerse desde una plaza de mercado emisor no conquistada, hacia otra plaza de mercado receptor (un centro o un conjunto de centros turísticos), y también los incrementos adicionales que podrían conseguirse de la demanda futura (la que se origina en las plazas de mercado emisor tradicionales) como consecuencia del mejoramiento de los servicios y del aumento de la capacidad de alojamiento o por el efecto de los sistemas de publicidad que, para corregir una oferta sub aprovechada, apuntan a nuevos segmentos de mercado en esas mismas plazas.

Estas definiciones no agotan las posibilidades de análisis del factor demanda que debe extenderse a un mejor conocimiento de los consumidores, mediante estudios sobre las preferencias motivacionales de los turistas a los que se espera recibir y el nivel de satisfacción de aquellos que ya han pasado por un centro turístico determinado. Sin estos estudios resulta complejo saber qué es lo que debe hacerse o construirse para aumentar la demanda de todos los servicios de los centros turísticos y, por la suma de ellos, de una localidad o país.

Los sistemas turísticos son altamente complejos y dinámicos, sus elementos se encuentran interrelacionados. Dichos sistemas serán eficientes en la medida que los procesos que se ejecutan en ellos sean capaces de aportar valor al servicio que prestan.

Administrar la demanda es gestionar flujos de materiales e información, a través de toda la empresa –tanto sus

procesos externos, como internos- que le permitan responder rentablemente al mercado. Es importante la referencia a la rentabilidad, porque la empresa debe mantener finanzas sanas para garantizar su competitividad y, por lo tanto, su capacidad de servir a sus clientes.

La administración de demanda no puede verse como estudios de comportamiento de mercado, porque equivaldría a asociar la demanda con las ventas. Administrar la demanda tiene un mayor alcance que el de las funciones comerciales. Es un compromiso estratégico empresarial para mantener dinámicamente balanceadas la satisfacción de los clientes y la rentabilidad. La satisfacción de la demanda debe ser no solo rentable, sino ágil y flexible. Pero estos conceptos no pueden ser comprendidos como anarquía y caos. La flexibilidad de respuesta a los clientes y la agilidad para adaptarse a las situaciones del entorno se logran con planeación.

Es preciso conocer con suficiente tiempo lo que probablemente ocurra en el entorno, para definir -en un proceso hacia atrás- los pasos y recursos para lograr estar aptos para responderle. Para conseguir hacerlo eficientemente, hay que comprar, elaborar y distribuir adecuadamente. Para ello, una correcta planeación es imprescindible. La administración de la demanda es entonces una herramienta fundamental para generar una adecuada planeación.

La palabra clásica asociada a la administración de la demanda es pronosticar. Si se define como la identificación de comportamientos y tendencias probables del entorno, entonces administrar la demanda será el conjunto de acciones que permitan a la empresa convertir una situación probable, en una respuesta eficiente, por tanto, posible. (Garrigós & Narangajavana, 2002) y (Feitó, et al, 2021)

Contrastar la información que se deriva de los estudios de la demanda turística con los inventarios de los atractivos turísticos, la planta turística y la infraestructura, permite conocer si un país, región o una localidad cuenta con los elementos necesarios para satisfacer las preferencias y motivaciones de los turistas, evitando que se acometan inversiones innecesarias y además valorar el potencial turístico con se cuenta.

MATERIALES Y MÉTODOS

El desarrollo de la investigación se sustenta en la aplicación de los métodos teóricos: análisis y síntesis, e histórico – lógico, los que junto a los métodos empíricos: análisis documental; observación directa; discusión grupal y el método de expertos, respaldan el estudio teórico y metodológico para fundamentar conceptualmente la

identificación de las variables que influyen en la demanda turística de la provincia de Cienfuegos.

Desde el 2016 hasta el 2019, el destino experimenta una tendencia a la disminución de los turistas que lo visitan, lo que se refleja en el indicador de turistas días totales que se comporta en 413.01 miles de turistas días totales en 2016; 371.85 en 2017; 270.72 en 2018 y 263.28 en 2019, en el análisis se desestiman los años 2020 y 2021, debido al impacto de la Covid-19 que impidió los viajes de turismo a nivel mundial.

Dicha disminución se complementa con los niveles de ocupación que están por debajo del 50% de la capacidad del destino, y en la estancia media que no supera los 1,90 días alcanzados en el 2017, estadísticas que demuestran que los productos turísticos, opciones culturales y demás elementos que forman parte de las ofertas en el destino, no despiertan el interés de los turistas por permanecer más tiempo en el polo Cienfuegos.

De aquí la importancia de realizar un estudio de la demanda turística que aporte elementos acerca del comportamiento de la misma en el destino Cienfuegos y que permita en el mediano y largo plazo una mejor planificación de la actividad turística.

Para gestionar la demanda de un servicio tan complejo como el turismo se deben interpretar cuidadosamente la influencia que tienen las características de cada territorio. De esa manera pueden utilizarse las potencialidades, de forma que garanticen la ampliación de las capacidades de servicio, generar empleo y aumentar los aportes a la economía local.

La demanda de servicios de turismo depende significativamente de elementos que estimulan o ralentizan su comportamiento en correspondencia con el de la economía, y del proceso de prestación de los diversos servicios vinculados al turismo.

En la bibliografía consultada, referente a los modelos de demanda de turismo, se demuestra que no existe consenso en cuanto a las variables determinantes, de ahí que se demuestre su vinculación con el contexto socio-económico del país o región. Otro de los procedimientos estudiados fue el de Martínez et al. (2021), orientado a los estudios de demanda de construcción de vivienda en Cuba.

Este hecho, unido a la calidad y cantidad de la información con la que se cuente de estas variables determinan los métodos apropiados para la construcción de los modelos de pronóstico.

Con sustento en la bibliografía consultada y en los elementos que caracterizan el destino Cienfuegos, se propone un procedimiento metodológico para la identificación de las variables que inciden en la demanda.

Procedimiento para la identificación de las variables que influyen en la demanda de servicios turísticos

El procedimiento que se propone se sustenta en una exploración bibliográfica y análisis de los elementos, pasos y tendencias en el tiempo, relacionadas con el objetivo del estudio, consta de 4 etapas, que permiten desde la constitución del grupo de trabajo, la caracterización y determinación de las variables que inciden en el comportamiento de la demanda total de servicios turísticos, hasta el establecimiento de las relaciones entre las variables que intervienen en el comportamiento de la demanda de los servicios que puedan solicitarse.

Este aspecto está directamente relacionado con una serie de variables que van desde el origen de los turistas, sus gustos y preferencias, grupo etario, nivel adquisitivo, hasta la época del año, factores climáticos y meteorológicos, características del destino y afines.

El procedimiento propuesto se muestra en la figura 2.

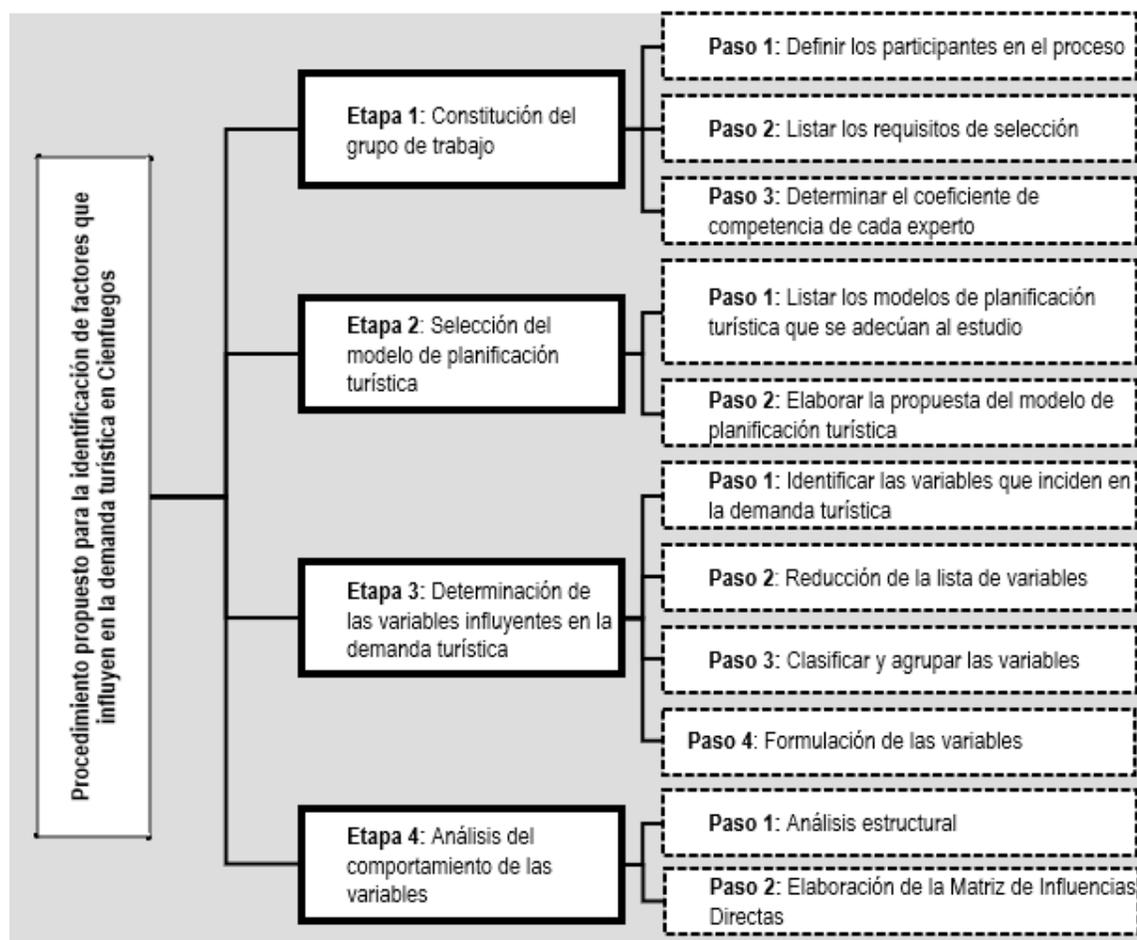


Figura 2. Procedimiento propuesto para la identificación de las variables que influyen en la demanda turística en Cienfuegos

Fuente: Elaboración propia, a partir de estudios teóricos, metodológicos y prácticos

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

Como resultado de la aplicación del procedimiento propuesto en la provincia de Cienfuegos, se obtienen lo siguiente:

Constitución del grupo de trabajo, selección de los candidatos para el grupo de expertos.

En esta etapa se listan los requisitos de selección de los participantes en el proceso y se determina el coeficiente de competencia de cada experto.

Como la selección del grupo de trabajo es crucial para la calidad de los resultados, se identificó un grupo de personas que cumplen los requisitos señalados por (Cortés, 2010), correspondientes a la definición de turismo aceptada para la realización de la presente investigación: turismo es una actividad socio-económica de alcance eminentemente local que se manifiesta en cuatro perspectivas: el turista como cliente final del servicio, el conjunto de negocios que proporciona los bienes y servicios demandados por el turista, el gobierno de la comunidad anfitriona, y los miembros de la comunidad anfitriona.

Por ello se cuida que cada una de esas cuatro perspectivas sean cubiertas y dentro de ellas, cada uno de los pasos principales de los procesos de prestación de servicios asociados al turismo. Ello permite que los aspectos que se consideran determinantes en el comportamiento de la demanda turística sean preliminarmente tenidos en cuenta, a saber: atractivos turísticos, la planta turística y las infraestructuras del territorio de Cienfuegos.

Se establecen como requisitos de selección de los expertos los siguientes:

1. Experiencia con la actividad turística
2. Años de servicio en el sector
3. Conocimientos sobre el tema
4. Intereses por estar vinculados de alguna manera a la actividad

Estos aspectos se evaluaron para cada uno de los candidatos en el proceso de investigación, previa consulta a cada uno de los candidatos, pues el proceso de identificación de variables requiere de tiempo y dedicación. Los resultados de la evaluación y selección de los expertos arrojan que de un listado inicial de 19 candidatos, se seleccionan los primeros cinco expertos que alcanzan una puntuación mayor a 0.80, que se corresponden con el coeficiente de competencia alto y se completa el grupo de trabajo con cinco expertos más con resultados de un coeficiente de competencia medio entre 0.5 y 0.8, para un total de 10 expertos.

Selección del modelo de planificación turística

En la etapa 2 del procedimiento se procede a la selección del modelo de planeación turística utilizado. Primeramente, el grupo de trabajo selecciona los modelos

de planificación turística que se adecúan al estudio. El mismo, a partir de una búsqueda bibliográfica, establece cuáles son los modelos de planificación turística que más se ajustan a la investigación y al contexto nacional y local.

Se listan los modelos de planificación turística con sus respectivos enfoques, fundamentados con una breve descripción de los mismos. Se tiene en cuenta para ello las características del entorno socio-económico y legal imperante en Cuba y los cambios que ocurren en el ámbito empresarial actualmente, influyendo en el fortalecimiento de formas empresariales y de propiedad nuevas, resaltando la importancia de los gobiernos locales en el desarrollo.

El proceso de planificación turística depende de las características de los 4 principales enfoques reconocidos: el urbanístico, el desarrollista, el de producto turístico y el estratégico. A partir de los elementos abordados, el grupo de trabajo selecciona por consenso el modelo integrado de planificación turística con el que se trabajará, el cual se muestra en la figura 3

Determinación de las variables que inciden en la demanda turística

En la etapa 3 se identifican, listan, clasifican y agrupan las variables influyentes en la demanda turística de Cienfuegos. Se relacionan las variables que se proponen al grupo de trabajo para su análisis, explicándoles que pueden ser estas u otras, a partir de sus consideraciones.

Las variables que se presentan están clasificadas en el orden: Político-legal, Propio del destino y Económico-social; de igual forma se agrupan atendiendo a soporte, gestión, producción y atracción, donde la atracción será lo inherente al turista, la gestión y el soporte estarán referidos a las operaciones propias del sistema turístico, y la producción estará vinculada a los resultados. Todo lo cual facilitará su posterior análisis. La relación entre variables y su agrupamiento al formular las variables se muestra en la figura 4

Con los resultados en este agrupamiento, se elabora la lista de variables que inciden en la demanda turística.

En el proceso de formulación de las variables se observa que:

- Los expertos listaron más de la mitad de variables económico-sociales (18) con relación a las variables propios del destino (9) y político-legales (7).
- Asimismo, en cuanto al agrupamiento predominan los criterios de soporte (9) y gestión (15) con relación a los de atracción (5) y producción (5).

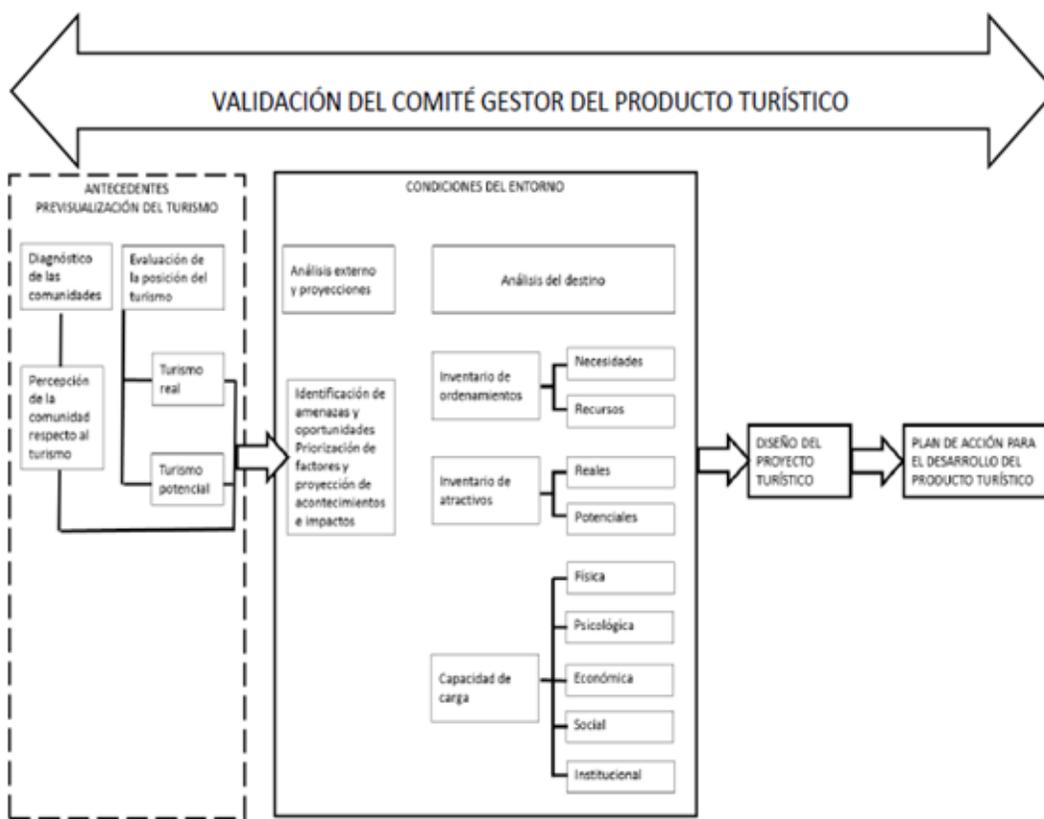


Figura 3. Modelo integrado de planeación turística

Fuente: Acosta Uribe, B. (2015).

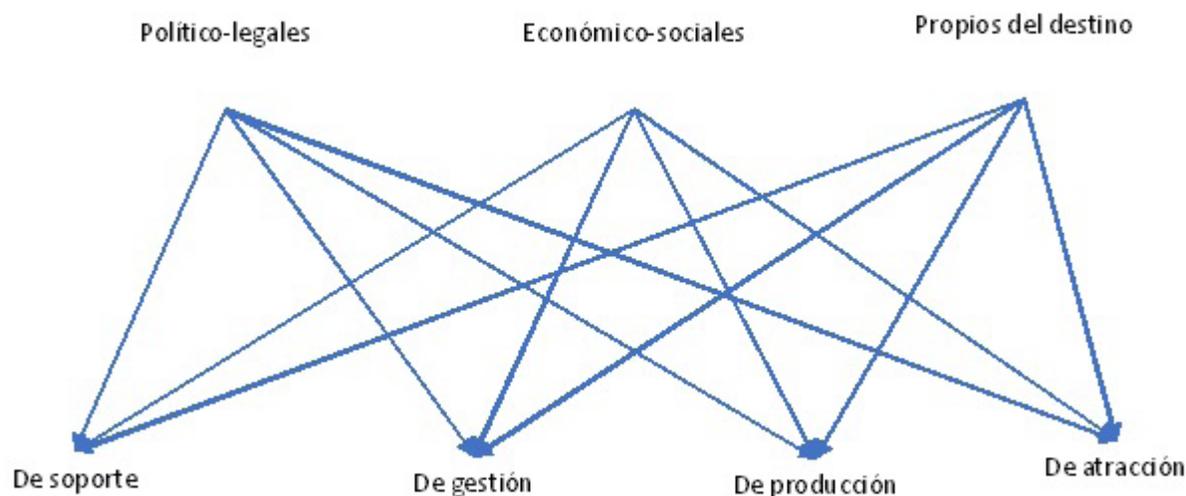


Figura 4. Variables que inciden en la demanda turística y su agrupamiento

Fuente: Elaboración propia

Análisis del comportamiento de las variables

Para la determinación de las variables que influyen en la demanda turística, los expertos elaboraron una matriz de relaciones con una prioridad cuantitativa de 4 a 0, de la siguiente manera:

4-La variable x_i tiene una influencia potencial sobre la variable x_j

3-La variable x_i tiene una influencia fuerte sobre la variable x_j

2-La variable x_i tiene una influencia marcada sobre la variable x_j

1-La variable x_i tiene una influencia débil sobre la variable x_j

0-La variable x_i no tiene influencia sobre la variable x_j

Preliminar a la elaboración de la matriz de relaciones se operacionalizan las variables listadas. Este proceso resultó una puntualización del significado de cada variable que ya fue analizada para su clasificación y agrupamiento.

La operacionalización permite que todos los expertos reconozcan el mismo contenido de cada variable para prevenir sesgos en la elaboración de la matriz de relaciones.

El convenio acordado para el establecimiento de las relaciones entre variables es filas-columnas o contra el sentido de las manecillas del reloj. Este convenio es importante porque las magnitudes de relación entre las variables no siempre son iguales en ambos sentidos.

Luego de obtenida la matriz de relaciones entre variables se obtiene la matriz de influencias directas a partir de la suma de todas las influencias que tiene cada variable en su alternativa.

Los expertos acordaron que todos los valores de dominancia/dependencia (suma de los valores de las filas/columnas) que resultaron superiores a 60 sean consideradas preliminarmente como las variables influyentes o motrices.

Para analizar la motricidad del sistema, es preciso volver a la operacionalización de las variables. Se resumen los significados de las variables cuyos resultados de dominancia/dependencia excedieron el valor 60 que definieron los expertos para elaborar la matriz de impactos cruzados. Tabla 2

Tabla 2. Operacionalización de las variables más dominantes de la demanda turística en la provincia de Cienfuegos

Variable	Significado
Políticas por tipo de turismo	Los intereses estatales en cuanto al tipo de turismo que es de interés que visite el país. Ello incide en las inversiones de planta que se aprueban y el tipo de atractivo turístico que se promociona en ferias y otros eventos internacionales.
Competitividad del destino	Manifestación de la percepción de cuán interesante resulta el destino turístico en cuanto a atractivos, planta turística e infraestructura en general. Está influido por los precios, la situación política y económica, aspectos sociales y culturales, entre otros.
Situación política	La percepción que tienen los turistas potenciales de la realidad política del destino. Se manifiesta en el marco legal, la tranquilidad ciudadana, la seguridad personal del turista, y similares.
Campañas y acciones promocionales	La recepción positiva de las acciones que se emprenden para promocionar el destino turístico. Está muy relacionada con la situación política y las posibilidades infraestructurales en cuanto a comunicaciones.
Sostenibilidad medioambiental	La garantía de que en el destino turístico se respetan y cuidan los recursos naturales según las convenciones internacionales o locales reconocidas.
Marco legislativo	La influencia que tienen las regulaciones nacionales y locales en el desempeño de la actividad turística.
Equilibrio socioeconómico turístico	La relación positiva o no que se percibe entre las posibilidades que tienen los visitantes y las que disfruta la población local del destino. La percepción que tengan los turistas del retorno que ofrecen los ingresos por la actividad turística o afines en las condiciones de vida de la población local.
Limpieza	Referido a las condiciones higiénicas en general del destino. Vía pública, presencia de vectores, estado de la flora y fauna, seguridad de las facilidades tecnológicas y de transporte, apariencia de la población, presencia de deambulantes y acosadores a los turistas...
Accesibilidad desde otros destinos	Calidad de las infraestructuras que permiten diferentes posibilidades de acceso al destino turístico específico desde otros.

Señalización e interpretación	Disponibilidad de diversas fuentes de información reconocible internacionalmente.
Entorno institucional	Influjo de las regulaciones nacionales o locales en la realización de diversas gestiones necesarias a un turista como pueden ser: transferencias monetarias, validez de seguros, controles aduanales, migratorios, legales, y similares. Se considera más relacionado con el tiempo dedicado por el turista a la gestión en sí, y el trato recibido por los diversos funcionarios, que a la propia existencia de las regulaciones, que están presentes en todo el mundo.
Estado de la infraestructura física	Apariencia y funcionamiento de las facilidades infraestructurales del destino, como son: acueducto, alcantarillado, red eléctrica, alumbrado público, cobertura telefónica y de navegación, vías de comunicación intermunicipal, estado de calles y aceras, arbolado, jardines y parques públicos, marinas, y afines.
Arquitectura y paisaje	Impresión recibida por los visitantes de la apariencia del destino en comparación con las propuestas por las campañas de promoción, turoperadores y otros actores del mercado turístico.
Tendencias del mercado turístico	Comportamiento del mercado turístico en cuanto a nuevas modalidades de turismo, nuevos destinos o atractivos descubiertos con relación a los tradicionalmente establecidos.
Calidad percibida del destino	Relación entre la información por vías informales recibida por el turista previamente a su visita y la percepción integral que tiene del servicio recibido en el destino.
Ofertas deportivas y afines	Disponibilidad de instalaciones y eventos deportivos de interés en el destino, así como facilidades para efectuar otras actividades recreativas como caza, pesca, observación de naturaleza, senderismo, deportes extremos y similares.
Oferta cultural y recreativa en la ciudad	Existencia de atractivos en la región o la localidad ya sean sociales, culturales, religiosas, deportivas, recreativas, así como la disponibilidad y variedad de las instalaciones adecuadas para ello.
Diferenciación del producto turístico	Existencia de atractivos propios de la región o la localidad que no resulten repeticiones de las ofertas de otras regiones y localidades.
Servicios auxiliares al turismo	Disponibilidad de servicios de todo tipo que puedan necesitar los visitantes: instalaciones bancarias y financieras, seguros, legales, informativos, de salud, y similares.
Estacionalidad	Referido a la duración durante el año calendario que tiene la oferta de turismo del destino. Posibilidades de explotar modalidades de turismo diferentes en todas las épocas del año.

Variedad en la oferta de alojamientos	Disponibilidad y localización balanceada de alojamiento para diferentes mercados y tipos de turismo en toda la provincia
Interrelación con la comunidad local	Atractivo que oferta la población local en cuanto a cultura, relaciones sociales, costumbres, gastronomía, artes, tradiciones, y su relación con el turismo.
Calidad de los servicios tecnológicos	Acceso a los servicios de comunicación en el destino. Dispersión adecuada de los accesos y la cobertura en la región. Disponibilidad de soluciones alternativas en locaciones específicas.
Tipologías de turismo especializado disponibles	Variedad en la oferta de posibilidades de turismo especializado en el destino con las facilidades e instalaciones adecuadas y con infraestructura disponible para ello.
Movimiento de turismo interno	Capacidad del destino para atraer turismo de otros destinos del país y la región.
Calidad del entorno natural	Atractivos naturales en explotación o potencialmente explotables existentes en la localidad, su estado y posibilidades reales de explotación sostenible. Está estrechamente relacionado con la sostenibilidad medioambiental.
Coordinación institucional y normalización	Integración de la labor de los agentes reguladores vinculados directa o indirectamente a la actividad turística con el gobierno local, los prestadores de servicios turísticos y la población local. Está muy relacionado con la legislación vigente.
Tipo de turista que visita el territorio	Comportamiento histórico del turismo que visita el destino objeto de estudio en cuanto a sus intereses y necesidades.
Gasto per cápita	Comportamiento histórico de los ingresos obtenidos por la actividad turística con relación a la cantidad de turistas visitantes del destino.

Fuente: Elaboración propia

Las influencias indirectas potenciales son el resultado de elevar la matriz de influencias directas a la cuarta potencia. Ello permite identificar los desplazamientos previstos de los valores de relación entre variables. O sea, identificar qué variables influyen a una variable a través de otras. En la medida que puedan encontrarse las variables con mayor valor de dominancia/dependencia se sabrá cuáles son las variables que ponen en movimiento al sistema turístico objeto de estudio. Presumiblemente estas variables serán las que determinan el comportamiento de la demanda turística.

Con la aplicación del paquete de programas MICMAC se continúa el análisis para llegar a identificar las variables motrices, es decir, las que tienen alta dominancia-dependencia y ponen -por tanto- el sistema en movimiento.

De las 34 variables inicialmente listadas, quedan 20 variables con valores de influencia significativos. De ellas 8 variables manifiestan relaciones biunívocas importantes.

Independientemente que el análisis gráfico de las influencias indirectas potenciales permitió un alto grado de descarte en las variables analizadas (14 variables descartadas), el grupo de expertos decidió realizar una sesión de trabajo en grupos nominales para encontrar las variables de mayor dominancia-dependencia.

El resultado de este trabajo se muestra en la tabla 3

Tabla 3. Relación dominancia/dependencia de las variables que influyen la demanda turística en la provincia de Cienfuegos.

Variable	Dominancia	Variables	Dependencia
Políticas por tipo de turismo	77	Ofertas deportivas y afines	77
Competitividad del destino	74	Diferenciación del producto turístico	76
Situación política	73	Sostenibilidad medioambiental	74
Campañas y acciones promocionales	72	Oferta cultural y recreativa en la ciudad	74
Sostenibilidad medioambiental	72	Servicios auxiliares al turismo	71
Marco legislativo	70	Estacionalidad	71
Equilibrio socioeconómico turístico	70	Variedad en la oferta de alojamientos	70
Limpieza	70	Interrelación con la comunidad local	70
Accesibilidad desde otros destinos	69	Calidad de los servicios tecnológicos	68
Señalización e interpretación	68	Tipologías de turismo especializado disponibles	68
Entorno institucional	68	Movimiento de turismo interno	68
Estado de la infraestructura física	68	Calidad del entorno natural	68
Arquitectura y paisaje	67	Coordinación institucional y normalización	67
Tendencias del mercado turística	63	Tipo de turista que visita el territorio	67
Calidad percibida del destino	61	Tendencias del mercado turístico global	67
Estado de la infraestructura	65	Campañas y acciones promocionales	66
Gasto per cápita	63	Señalización e interpretación	65

Fuente: Elaboración propia

Se asume entonces, que las variables motrices que influyen sobre la demanda son:

- Sostenibilidad medioambiental,
- Campañas y acciones promocionales,
- Señalización e interpretación,
- Estado de la infraestructura física, y
- Tendencias del mercado turístico global.

Lo que indica que es mayoritariamente la labor del gobierno local la que propicia el fomento del destino turístico sobre la base de la mejora de las condiciones de cada uno de los atractivos turísticos de la provincia.

Adicionalmente, deben incluirse las variables:

- Políticas por tipo de turismo,
- Competitividad del destino,
- Situación política,
- Marco legislativo,
- Equilibrio socioeconómico turístico,
- Limpieza,
- Ofertas deportivas y afines,
- Diferenciación del producto turístico,
- Oferta cultural y recreativa en la ciudad,
- Servicios auxiliares al turismo,
- Variedad en la oferta de alojamientos, e
- Interrelación con la comunidad local.

CONCLUSIONES

El análisis bibliográfico permitió la formulación del soporte teórico de la investigación a partir de la amplia y diversa disponibilidad de conceptos sobre turismo, sistema turístico y demanda turística. Mostró que los estudios de demanda y mercado disponibles se concentran más en las técnicas estadísticas y matemáticas que en el estudio detallado del objeto de estudio y la incorporación de los diversos agentes que participan en el servicio turístico. Todo ello condicionó la necesidad de desarrollar un procedimiento para el estudio de las variables que influyen en el comportamiento de la demanda turística desde una perspectiva local.

El procedimiento propuesto consta de 4 etapas que van desde la selección del equipo de trabajo hasta la determinación de las variables influyentes sobre la demanda turística. La validación efectuada para la provincia de Cienfuegos posibilitó proponer modificaciones y ajustes para dar continuidad a la investigación.

La aplicación del procedimiento propuesto en la provincia de Cienfuegos mostró la necesidad de continuar su perfeccionamiento a partir de validaciones en otros contextos, con otros modelos de planificación turística y con otros expertos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Acosta Uribe, B. (2015). Modelo integrado de planeación turística. Aspectos clave para el desarrollo turístico y regional en la Chinantla Baja. *Turismo y Sociedad*, XVI, 636-651. <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/tursoc/index>

Aguilar, G., & Aguilar, J. (2015). La evaluación del potencial turístico del patrimonio cultural. *Cathedra et Scientia. International Journal*, 1(1). <https://revistas.uma.es/index.php/NEIJ/index>

Boullón, R. (2006). *Planificación del espacio turístico*. (4ta ed.). Trillas turismo.

Cánovas, V. (2017). *Análisis de la oferta y la demanda en el turismo de las prácticas de actividades físicas de aventura en la naturaleza*. [Tesis de doctorado]. Universidad de Barcelona.

Cisneros, J., Baixauli, C., Arias, W., Donoso, J. (2019). Demanda turística de la provincia de Esmeraldas, Ecuador. *TURyDES*, 12(27). <http://hdl.handle.net/20.500.11763/turydes27demanda-turismo-esmeraldas>

Cuevas, C., & Torres, L. (2016). Coherencia entre la oferta turística de Cuba y la demanda turística estadounidense. *Retos Turísticos*, 3(15). https://www.researchgate.net/publication/312900842_Coherencia_de_la_oferta_turistica_de_Cuba_y_la_demanda_turistica_estadounidense

Feitó Cespón, M., Martínez Curbelo, G., & Medina León, A. (2022). Factores socioeconómicos que influyen en la demanda de construcción de viviendas en la provincia de Cienfuegos. *GECONTEC: Revista Internacional De Gestión Del Conocimiento Y La Tecnología*, 9(1), 18–38. <https://www.upo.es/revistas/index.php/gecontec/article/view/6118>

Fernández, R., Vilalta, J., Quintero, A. (2019). Una revisión crítica sobre modelos de predicción para la demanda turística. *Revista turismo y desarrollo local. TRUyDES*, 12(27), 19-27. <https://www.eumed.net/rev/turydes/27/prediccion-demanda-turistica>.

Fernández, R., Fernández, R., Vilalta, J., Quintero, A. (2021). La demanda turística en una cadena hotelera. Series temporales para un modelo de predicción. *Visión de Futuro*, 25(1), 109-134. <https://doi.org/10.36995/j.visiondefuturo.2021.25.01.004.es>

Franco, S., Osorio, M., Nava, G., & Regil, H. (2009). Evaluación multicriterio de los recursos turísticos. Parque Nacional Nevado de Toluca México. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 18, 208-226. <https://www.estudiosenturismo.com.ar/PDF/V18/v18n2a7.pdf>

Garrigós, F., & Narangajavana, Y. (2002). La demanda en España: Estudio retrospectivo de la década de 1990-2000. *Cuadernos de Turismo*, 10, 137-154. <https://doi.org/10.6018/>

- Gómez, S., & Rodríguez, K. (2018). Problemas y desafíos para la determinación de la demanda turística en México. *Investigaciones Turísticas*, 16, 87-107. <http://dx.doi.org/10.14198/INTURI2018.16.05>
- Iatu, C., & Bulai, M. (2011). New approach in evaluating tourism attractiveness in the region of Moldavia (Romania). *International Journal of Energy and Environment*, 5(2), Art. 2. <https://www.ijee.ieefoundation.org>
- Jiménez, M. Peña, R. Ruiz, J. (2017). La demanda turística internacional: Recuperación de la crisis y turismo de lujo, una primera aproximación al caso español. *Investigaciones Regionales*, 38, 47-66. <https://investigacionesregionales.org/wp-content/uploads/sites/3/2017/11/03-JIMENEZ.pdf>
- Landaluce, M. (2017). Identificación de los perfiles dinámicos provinciales de la demanda turística en España. Un enfoque exploratorio espacio-temporal. *Investigaciones Turísticas*, 14, 63-86. <http://dx.doi.org/10.14461/INTURI2017.14.04>
- Lazo, C., Bastidas, M., Aguilar, F., & Calle, M. (2017). La Potencialidad Turística y sus Oportunidades de emprendimiento. Caso Pasaje. *INNOVA Research Journal*, 2(8), Art. 8. 10.33890/innova
- Martínez, G., Feitó, M., & Medina, A. (2021). Socioeconomic factors that influence the demand for housing construction in the province of Cienfuegos. *Revista Internacional de Gestión del Conocimiento y la Tecnología*, 9(1). <https://doi.org/10.5281/zenodo.7103199>
- Moll, J., & Prats, L. (2016). *La demanda turística urbana: Modelos estructurales de comportamiento de los turistas de Barcelona*. [Tesis de doctorado]. Universidad de Girona.
- Orgaz, F. (2019). Geografía turística de Republica Dominicana: Comportamiento de la demanda, gestión sostenible y propuesta de estudio. *Cuadernos Geográficos*, 58(1), 141-156. <http://dx.doi.org/10.30827/cuadgeo.v58i1.6562>
- Pierre, F., & Pastás, E. (2019). Determinantes de la demanda internacional del turismo en el Ecuador: Un análisis de panel. *TRUyDES*, 12(26). <https://www.eumed.net/rev/turydes/26/turismo-ecuador.html>
- SECTUR. (2000). *Identificación de potencialidades turísticas en regiones y municipios*.