

Las alianzas Estratégicas en el ámbito de la competitividad del sector turístico cubano

M. Sc. Nolberto Cruz-Aguilera¹² nolbert1309@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0003-1881-4953>

Institución de los autores

¹ Universidad de Holguín, Cuba

² Centro de Información y Gestión Tecnológica de Holguín (CIGET), Cuba

Este documento posee una [licencia Creative Commons Reconocimiento - No Comercial 4.0 Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

**RESUMEN**

En el ámbito de la competitividad, un camino seguro para el crecimiento y desarrollo empresarial es el de las alianzas estratégicas. En el nuevo milenio ningún negocio crecerá ni se desarrollará alrededor de su propia operación básica, sin desarrollando alianzas estratégicas. Las bondades que poseen estos instrumentos permiten que sean adaptadas y adoptadas sobre la base de objetivos entre entidades del mismo o diferentes sectores.

En el turismo, las alianzas adquieren una importante connotación, por la necesidad de integrar a todos los actores de la actividad con el fin de hacer más eficiente el cumplimiento de objetivos asumidos por las partes, propiciar impactos positivos en espacios y territorios donde operan así como contribuir al desarrollo de un turismo competitivo con incidencia socioeconómica local. Para Cuba enfrentar los retos de la globalización, requiere de la conformación de alianzas estratégicas entre las entidades presentes en el desarrollo cubano, que un óptimo empleo de recursos financieros, materiales y humanos, así como la toma de decisiones.

INTRODUCCIÓN

En el ámbito del turismo cubano el desarrollo descansa, fundamentalmente en factores endógenos peor en constante competencia con los exógenos. Por lo tanto, el desarrollo económico y humano no es posible si no se es capaz de generar respuestas viables al dilema del crecimiento interno de la economía de un país y sus empresas en un mundo global. El nuevo estilo de gestión empresarial se destaca por una tendencia permanente a la incorporación de nuevas formas de organización e integración y renovadas maneras de

conducir las organizaciones hacia el éxito, donde la calidad, la innovación y la gestión del conocimiento. (Bello Peña, 2021; Candebat Minot, 2021)

La inesperada irrupción de las tecnologías de la información y las comunicaciones en todas sus dimensiones han cambiado el paradigma de la gestión empresarial. Surgen así importantes retos que incluyen la implementación, el desarrollo de habilidades, la retención del talento y la innovación en modelos de negocios, productos/servicios y procesos de operación. En este contexto, las alianzas estratégicas constituyen una herramienta crucial para el movimiento de esfuerzos al expresar acuerdos cooperativos que permiten alcanzar determinados beneficios. Numerosas empresas en aras de posicionarse, cada día se les hace difícil gestionar de manera exitosa en un medio en el que el cliente se ha vuelto cada vez más exigente y los competidores más numerosos. Por lo que, como alternativa se busca desarrollar Alianzas Estratégicas entre empresas con el fin de enfrentar todas las adversidades que se puedan presentar. El término alianzas estratégicas, se brinda como una poderosa opción para lograr mayor número de oportunidades y sobrevivir en un mercado en constante competencia. En las últimas décadas las alianzas estratégicas han adquirido una progresiva importancia para las empresas a la hora de competir. Su uso como herramienta estratégica ha dado lugar a un incremento en el interés por reflexionar sobre sus manifestaciones e importancia.

Las alianzas estratégicas han probado su efectividad en la dinámica de los actuales negocios, caracterizados por rápidos y crecientes cambios, el poder de los consumidores y la utilización de la tecnología en actividades cotidianas, donde las relaciones entre las empresas, sus clientes o consumidores toman un matiz casi omnipresente, generan una interacción permanente y la comunicación, la confianza y el valor agregado son indispensables para permanecer en los mercados (Puente Osorio, 2019). Por tanto, estas constituyen un modelo de colaboración importante de muchas empresas, que tiene entre sus ventajas conservar recursos, compartir riesgos, obtener legitimidad, adquirir y mejorar competencias, ganar poder y movilidad de mercado y crear opciones para futuras inversiones (Cruz Aguilera, 2018; Morgado Reyes, 2019), así como para el desarrollo e investigación de nuevos productos o proyectos de innovación (Puente Osorio, 2019), que e impactan en el crecimiento, diversificación o internacionalización.

DESARROLLO

El turismo constituye una actividad económica, sensible a los cambios de los factores del entorno. Las crisis, el desarrollo tecnológico y de los medios de comunicación, la

transformación del contexto sociopolítico e incluso el ciclo de vida de los atractivos turísticos y la globalización, generan cambios en los patrones de comportamiento de los clientes. Esto supone un gran reto para la actividad turística, puesto que, requiere modificaciones en las formas tradicionales de hacer. Por lo que las empresas turísticas y los destinos turísticos requieren acciones constantes de revitalización, una vez posicionadas para lograr mantenerse a flote en un entorno cada vez más competitivo (Cibinskienea & Snieskieneb, 2015). El turismo representa un pilar importante para el desarrollo socioeconómico y cultural de un país, por lo que un elevado número de investigadores centran sus estudios en esta rama.

El turismo es una actividad con más de 50 años de desarrollo en Cuba, aunque su elección como sector estratégico de la economía nacional es reciente. Desde 1996, Cuba aspira a consolidarse como destino del Caribe y mundial, transformando al turismo en un aspecto fundamental para el futuro del país. Hoy se prepara para nuevas demandas y mercados como el estadounidense, chino y ruso, con características diferentes en sus clientes. Por ello la necesidad de mejorar los distintos procesos que abarca. El aumento de los niveles de ocupación, la duración de la temporada alta y la búsqueda de la eficiencia de los procesos turísticos, son las prioridades fundamentales del sector (Leyva Del Toro, 2016)

Para el gobierno cubano desarrollar la industria del Turismo ha sido una de las tareas primordiales; constituye uno de los sectores estratégicos del país, se han aprobado y ejecutado varias inversiones desde finales del siglo pasado hasta la actualidad, convirtiendo al turismo en el más dinámico de los sectores. Es sin lugar a duda una de las industrias de más rápida recuperación en divisa, teniendo un marcado desarrollo en Cuba, aportando durante años grandes ingresos y constituyendo uno de los más importantes renglones de la economía cubana. (Cruz Aguilera, 2018)

El turismo en Cuba ha incidido de forma notable en los cambios tecnológicos, económicos, culturales y sociales, lo que constituye en las últimas décadas, una importante alternativa de desarrollo. Hoy se considera el sector más dinámico de la economía cubana y parte del sector de los servicios, por lo que una correcta gestión de los servicios turísticos debe partir de las características particulares que los distinguen. A las características analizadas de los servicios debe adicionársele su carácter estacional y su elevado nivel de sensibilidad a cambios climatológicos, de seguridad, de salud, políticos, etcétera (Leyva Del Toro, 2016).

En la Conceptualización del Modelo Económico y Social Cubano de desarrollo socialista, contenido en los Lineamientos de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución

para el período 2021–2026 en su capítulo IX: Política para el Turismo, se hace alusión a la necesidad de perfeccionar los sistemas de gestión empresarial en el sector turístico, incentivar la competitividad y la innovación, así como la inversión extranjera directa y las alianzas estratégicas entre los diversos sectores de la economía (lineamientos del 154 al 160). La actualización del Modelo de Gestión económico cubano plateado en el VII Congreso del Partido Comunista de Cuba incluye continuar perfeccionando y actualizando el modelo de gestión económica de las empresas conllevando a una mayor descentralización y por consiguiente mayor autonomía en la utilización de las fuentes de financiamiento e inversiones y la motivación y estimulación de trabajadores (Zambrano Cancañón, 2019, Bello Peña, 2021; Candebat Minot, 2021)

Destacan además como normas jurídicas promulgadas en el país en torno a incentivar el desarrollo de alianzas estratégicas el Decreto Ley No. 34/2021 del Sistema Empresarial Estatal cubano, donde en su artículo 10.1 explica que las entidades pueden constituir asociaciones contractuales, a los efectos de lograr alianzas estratégicas, encadenamientos productivos y acceso a tecnologías, entre otros fines y por otro lado, en el artículo 37.2 se hace referencia a promover las acciones para desplegar procesos de alianzas y encadenamientos productivos, fomentar el desarrollo de nuevos productos y servicios y su mejora continua, e incrementar las exportaciones de bienes y servicios. Producto al proceso de apertura económica, la industria turística cubana desde inicios del pasado decenio comenzó a desarrollarse hasta el punto de convertirse en uno de los sectores más dinámicos de la economía y hacia donde se han dirigido el mayor número de inversionistas extranjeros. La dirección del país prioriza la atención al desarrollo del turismo como motor impulsor de la economía. El turismo, es una actividad que mueve a más de mil millones de personas cada año y genera más del 10 % del PIB a nivel mundial, por lo que su desarrollo no puede quedar ajeno a las tendencias que apuestan por nuevos modelos económicos (Santos González, 2021). Se diversifican y modernizan de forma acelerada la utilización de las nuevas tecnologías en la gestión de las organizaciones (Reyes Ramírez, 2021); lo que conduce a la necesidad de un cambio de mentalidad en la gestión organizacional de las entidades turísticas cubanas. El turismo como sector no puede avanzar de manera aislada, depende de la relación que se establezca con otros sectores que garantizan la sostenibilidad de sus servicios e inciden en la competitividad del turismo cubano.

Los empresarios turísticos están cada vez más convencidos que el elemento diferencial lo aportan los recursos locales de cada zona y que son éstos los que realmente marcan la percepción del cliente en cuanto a la satisfacción de su experiencia como visitante. De ahí que el desarrollo de alianzas estratégicas entre empresas turísticas de un destino no sólo sea de interés de las propias empresas sino también de las administraciones públicas para el atractivo y competitividad del destino. Siendo cada vez más habitual el desarrollo de Clubes de Producto Turísticos a modo de rutas gastronómicas o clúster de empresas de un mismo segmento, como puede ser el turismo idiomático. Muchas de ellas son iniciativas surgidas desde el sector público pero que requieren de una elevada colaboración de las empresas para que se puedan consolidar.

Para el gobierno cubano desarrollar la industria del Turismo constituye una de las tareas primordiales. De esta manera se han formulado y ejecutado diversas inversiones y modelos de alianzas estratégicas desde finales del siglo pasado; sin embargo, las problemáticas tanto a nivel epistemológico como de la praxis y su importancia amerita el desarrollo de nuevas investigaciones que permitan diseñar modelos de alianzas estratégicas más efectivos y adaptados a las condiciones cubanas.

Como citar este artículo

Cruz-Aguilera, N. (2023). Las alianzas Estratégicas en el ámbito de la competitividad del sector turístico cubano. *Revista Ciencias Holguín*, 29(3), 1-5.

Fecha de Publicación: 30 de julio 2023