



Vol 4, Nº 11 (diciembre/december 2011)

ANÁLISIS DE LA VIABILIDAD DE INCREMENTAR LA PARTICIPACIÓN DEL MERCADO RUSO EN EL DESTINO TURÍSTICO CUBANO DE HOLGUÍN

Arq. Justa R. Medina Labrada

jmedina@facii.uho.edu.cu

Dra. C. Clara Marrero Fornaris

cmarrero@vrea.uho.edu.cu

RESUMEN

En el entorno actual las organizaciones buscan elevar sus niveles de competitividad, por lo que la obtención de nuevos mercados y el incremento de aquellos que tienen potencialidades, constituyen una necesidad y uno de sus principales retos. El destino turístico cubano de Holguín, caracterizado por ser uno de los principales destinos de sol y playa de Cuba y con elementos distintivos dentro del Caribe, se ha desarrollado y continuará haciéndolo en los próximos años.

En la presente investigación se planteó el objetivo de evaluar la viabilidad de incrementar el mercado ruso en el destino Holguín, a partir de realizar investigaciones para elaborar, primeramente, el perfil general de los turistas rusos que realizan viajes de larga distancia, luego determinar los atributos y potencialidades del destino Holguín, y posteriormente evaluar la correspondencia entre las preferencias de los turistas rusos que realizan viajes turísticos de larga distancia y las potencialidades del destino Holguín de satisfacer los intereses de ese segmento de mercado.

Mediante la utilización de métodos y técnicas de investigación se pudo concluir que Holguín posee importantes potencialidades que hacen viable el incremento del mercado ruso en el mismo.

Palabras Claves: Mercado, destino turístico, viabilidad.

INTRODUCCIÓN

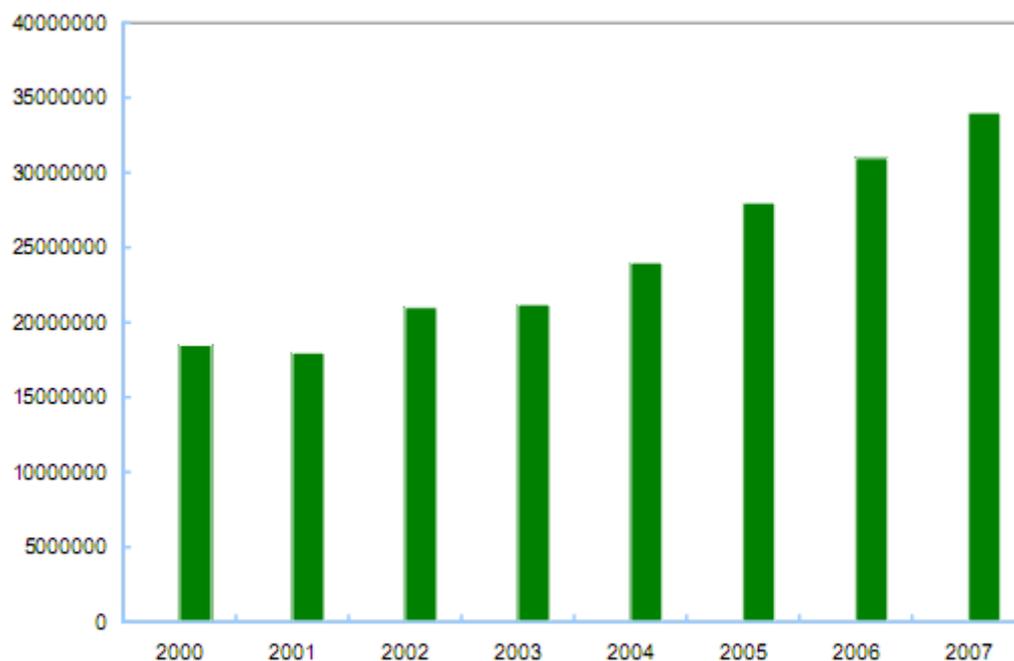
El alto nivel competitivo del entorno y las adversas circunstancias económicas que caracterizan el escenario mundial actual, constituyen desafíos considerables que deben afrontar las organizaciones y dentro de ellas las turísticas. Por eso es cada vez más importante, para los destinos turísticos, la captación de nuevos mercados y segmentos, además de la fidelización de los clientes actuales.

El destino turístico cubano de Holguín, que está en fase de desarrollo, ha comenzado un nuevo proceso de ampliación de su planta hotelera, en función de responder a la demanda de mercados actuales y también a la necesidad de captar nuevos mercados, en particular segmentos de mayor poder adquisitivo, buscando mayor rentabilidad económica, en el complejo escenario económico mundial.

Atendiendo al importante y sostenido crecimiento experimentado por Rusia, como emisor, desde hace varios años y al elevado gasto turístico de los clientes de ese país que viajan al extranjero, que está entre los diez mayores

del mundo, según estadísticas de la OMT; se decidió estudiar la viabilidad de incrementar la participación de dicho mercado en el destino Holguín.

En la siguiente gráfica se ilustra el crecimiento experimentado por Rusia en la emisión de turistas al mundo en el período 2000 – 2007, tendencia que se ha mantenido hasta el momento.



Fuente: Informe de apoyo. Turismo. (2008)

La Federación Rusa se sitúa, según datos de la OMT, en el noveno lugar del ranking por países con mayor gasto en turismo internacional, con un incremento promedio anual, entre 2000 y 2007, del 15,5 %, según se aprecia en la siguiente tabla:

Rango	Gasto por turismo Internacional (\$EE.UU miles millones)		Cuota de mercado (%) 2007	Población (millones) 2007	Gasto per cápita (\$ EE.UU)
	2006	2007			
Mundo	742	856	100	6,586	130
Alemania	73,9	82,9	9,7	82	1.008
Estados Unidos	72,1	76,2	8,9	302	252
Reino Unido	63,1	72,3	8,5	61	1.189
Francia	31,2	36,7	4,3	62	595
China	24,3	29,8	3,5	1.321	23
Italia	23,1	27,3	3,2	59	464
Japón	26,9	26,5	3,1	128	207
Canadá	20,5	24,8	2,9	33	755
Fed. de Rusia	18,2	22,3	2,6	142	157
Rep. de Corea	18,9	20,9	2,4	48	431

Fuente: Panorama del turismo internacional (2008)

Sobre la base de lo analizado se define como **problema científico** del presente trabajo la necesidad de evaluar la viabilidad de incrementar la participación del mercado ruso en el destino turístico de Holguín.

Para dar solución a este problema científico se formuló la siguiente **hipótesis**: si se elabora el perfil general de los turistas rusos que realizan viajes de larga distancia y se compara con los atributos y potencialidades del destino turístico holguinero, entonces se determinará la viabilidad de incrementar la participación del mercado ruso en el destino Holguín.

Con la finalidad de comprobar la hipótesis, se precisa como **objetivo** elaborar el perfil general de los turistas rusos que realizan viajes de larga distancia y evaluar su correspondencia con los atributos y potencialidades del destino Holguín para determinar la viabilidad de incrementar la participación del mercado ruso en este destino.

Para desarrollar la investigación se utilizaron **métodos** teóricos y empíricos, así como técnicas de recopilación y procesamiento de la información, tales como: histórico – lógico, análisis – síntesis, análisis de documentos, entrevistas y criterio de expertos.

DESARROLLO

Como primera parte de la investigación se realizó, a través del método histórico – lógico, una revisión bibliográfica sobre los principales postulados teóricos relacionados con la investigación de mercados y destinos turísticos, de manera que se establecieron las principales tendencias en el desarrollo teórico del tema.

Para abordar la tarea de elaborar el perfil general de los turistas rusos que realizan viajes de larga distancia, se utilizaron distintos métodos científicos: análisis – síntesis para evaluar la información procedente principalmente de fuentes externas secundarias, entre ellos: documentos procedentes de sitios web de la OMT, rusos y otros; así como investigaciones precedentes en Cuba. Una vez analizados varios enfoques, se seleccionó por su adecuación como guía para la elaboración del perfil, los pasos propuestos por Perelló Cabrera (2005):

- ❖ Definición de lo que se desea averiguar
En esta etapa se trata de averiguar de la manera más concreta posible qué es lo que los directivos deberían saber para tomar una decisión basada en información de buena calidad.
- ❖ Especificaciones de las necesidades de información
Se elabora un listado con las necesidades específicas de información, que en la práctica puede coincidir con las tareas específicas de la investigación.
- ❖ Determinar las fuentes de información
En este paso se precisa si los datos disponibles provienen de fuentes internas o externas de la organización, a los que se le debe determinar su exactitud y confiabilidad.
Los cuatro pasos siguientes se realizan en el caso en que no se encuentren en las fuentes primarias y secundarias la información necesaria.
- ❖ Desarrollo de formatos para recopilar la información

Al preparar los formatos para la recopilación de los datos, se debe establecer una unión efectiva entre las necesidades de información y las preguntas que han de hacerse o las observaciones a gravar.

❖ **Diseño de la muestra**

Se requiere una definición clara de la población de la cual se va a extraer la muestra, el método utilizado para la selección de esta última y el tamaño que tendrá ésta.

❖ **Recolección de los datos**

Generalmente en este paso se utiliza la mayor cantidad del presupuesto de la investigación. En consecuencia, la selección, entrenamiento y control de los encuestadores son esenciales en el estudio.

❖ **Procesamiento de los datos**

Esta fase cuenta con las funciones de edición y codificación, quedando listos los datos para su procesamiento manual o a través del ordenador.

❖ **Análisis de los datos**

Es importante que el análisis de los datos sea coherente con los requisitos de las necesidades de información identificadas en el paso dos. Generalmente se lleva a cabo utilizando paquetes de programas apropiados para el análisis de datos.

❖ **Elaboración del informe de investigación**

Es la presentación de los hallazgos obtenidos en la investigación. Los resultados generalmente se comunican en un informe escrito u oral, cuya elaboración debe realizarse en función de los destinatarios del estudio.

La aplicación de los pasos definidos anteriormente, con las adecuaciones pertinentes para esta investigación, permitió obtener los siguientes resultados:

Perfil general de los turistas rusos que realizan viajes de larga distancia

En la Federación Rusa, los que realizan viajes de larga distancia son, generalmente, personas con una posición social elevada, con ingresos superiores a los de la población media y prefieren como regla los viajes de carácter activo.

En este tipo de viajes, el clima es considerado un factor de mucha importancia, para disfrutar del mar y la naturaleza, aunque también buscan experimentar sensaciones poco frecuentes y conocer de la historia y la cultura de la región visitada. Generalmente realizan estos viajes en verano y fin de año, cuando disponen de vacaciones planificadas, de al menos cuatro semanas y escogen áreas geográficas lejanas que posean características peculiares.

Las principales tendencias del comportamiento de los turistas rusos que realizan viajes de larga distancia son:

- Sus destinos preferidos son los que pueden ofrecerle el disfrute del sol y la playa, además de la naturaleza, la cultura y la historia de la región visitada. Buscan cambiar totalmente de ambiente
- Se interesan por atractivos turísticos exóticos
- Tienen una prolongada estancia en el destino visitado (más de 10 días)
- Un alto porcentaje de los rusos prefieren viajar a través de un turoperador
- Viajan desde muchas regiones, siendo Moscú y San Petersburgo las principales ciudades emisoras de turistas
- En nivel de gastos en el destino se corresponde con su estatus económico, siendo casi siempre superior al de la mayoría de los otros mercados
- Generalmente buscan productos caros y de calidad
- Son grandes consumidores de excursiones y servicios complementarios en el destino
- Se alojan en hoteles 5 y 4 estrellas
- Son cliente que dan alto valor a la comunicación en su idioma
- No le agrada integrarse con los demás clientes del hotel. Forman sus propios grupos

Evaluación de los atributos y potencialidades del destino turístico cubano de Holguín

Para determinar los atributos y potencialidades del destino Holguín se utilizaron distintos métodos: análisis de documentos para recopilar y seleccionar diferentes informaciones, análisis – síntesis para evaluar las informaciones obtenidas y caracterizar los distintos componentes del destino, y entrevistas para actualizar el diagnóstico de determinados atributos del producto del destino.

Caracterización del destino turístico Holguín y de sus componentes:

Holguín es un destino turístico receptor. Puede clasificarse, además, como un destino de playa, si se considera la definición de Rodríguez Fariñas (2005), teniendo en cuenta que en la oferta, la playa es el patrimonio predominante. Se caracteriza también por tener atractivos de sitio, actividades y eventos.

Sus ofertas actuales, básicamente de sol y playa, se complementan con opciones vinculadas a la naturaleza, la cultura y la historia local, lo que permite evaluar el producto del destino con cualidades de integralidad y variedad.

Para la caracterización de los componentes, se partió de la definición de Serra (2003) de los componentes del producto turístico total de un destino, según el cual pueden distinguirse cinco grandes componentes:

1- Atracciones del destino:

Constituyen los elementos más influyentes en la elección del turista y decisión de viajar o no a un determinado destino. Son los recursos turísticos de un determinado destino, por ejemplo:

- Un elemento natural: paisaje, playa, clima, parque natural
- Un recurso patrimonial o realización humana: pueblos y ciudades del destino, monumentos, edificios históricos, el patrimonio arqueológico, centros de convenciones, instalaciones deportivas y lúdicas, etc

- Una atracción cultural: se incluye dentro de este concepto, tanto la población residente, sus formas de vida y costumbres, como la historia y el folclore del lugar, los museos y los acontecimientos culturales (música, teatro, arte, festivales)

2- Las instalaciones y servicios del destino

Son el conjunto de elementos, dentro del destino, que hacen posible y facilitan la estancia del visitante. Incluyen:

- Las instalaciones de alojamiento: hoteles, aparthoteles, apartamentos, clubes de vacaciones, casas vacacionales, campings, etc.
- Transporte en el destino: red de transporte público, taxis, alquileres de coches, bicicletas, etc.
- El conjunto de empresas y servicios que se conocen, genéricamente, como «oferta complementaria», básicamente: restaurantes, bares, cafeterías y similares, así como tiendas que faciliten la realización de compras

3- La accesibilidad del destino

Entendiendo por accesibilidad: " al conjunto de factores que influyen sobre el coste, en términos de tiempo y dinero, para llegar a un determinado destino", se refiere a: buenas conexiones aéreas, por tren, carretera y marítimas; buenas infraestructuras portuarias y aeroportuarias y a la ausencia de regulaciones que dificulten el acceso y la competitividad de los transportistas.

4- La imagen del destino

Las imágenes son extremadamente importantes en turismo. Quien no ha estado nunca en un determinado destino, toma la decisión de visitarlo o no en función de la imagen que tenga de él, imagen que se ha conformado a lo largo del tiempo, sobre todo por el impacto de los medios de comunicación, pero también por las opiniones de amigos y familiares. La importancia de la imagen hace que

se constituya en un objetivo esencial del *marketing* de destinos el desarrollo, mantenimiento o modificación de una determinada imagen.

5- Precio para el consumidor

Es el precio final que el consumidor paga por visitar un determinado destino, es la suma de los costes de desplazamiento, de alojamiento y el consumo de ciertos servicios en el destino (restaurantes, excursiones, espectáculos), más las compras que pueda efectuar.

Como resultado de la evaluación de los tres primeros componentes y atendiendo a la anterior definición, se obtuvo, en una primera etapa, la **caracterización de los componentes del destino turístico de Holguín**, la que se detalla a continuación:

Atractivos:

Dentro de los principales atractivos se cuenta con numerosos recursos naturales, entre ellos: playas, bahías y zonas de buceo, así como paisajes naturales, cayos, ríos, aguas y fangos medicinales. También posee sitios patrimoniales como Bariay, lugar de desembarco de Cristóbal Colón en 1492, que marca el encuentro de las dos culturas y que es hoy Monumento Nacional, además de sitios arqueológicos relevantes en Chorro de Maíta, mayor recinto funerario aborigen de las Antillas, donde se han encontrado restos de más de un centenar de estos pobladores, parte de los cuales se exhiben en el Museo de Sitio del mismo nombre y también en Banes está ubicado el Museo Cubano Indobaní, dedicado a las culturas precolombinas cubanas, con un fondo de más de 20 00 piezas de los restos arqueológicos aborígenes descubiertos en Cuba, lo que hacen de esta zona la capital arqueológica de Cuba.

Además en Holguín se desarrollan eventos culturales únicos como las Romerías de Mayo que rememora importantes tradiciones de la ciudad y dentro de la cual se desarrolla el Festival Mundial de Juventudes, así como la Fiesta de la Cultura Iberoamericana que recrea el encuentro de las dos culturas, con

jornadas teóricas y representaciones culturales de Iberoamérica; también existen ciudades con tradiciones locales peculiares que propician el intercambio con los residentes, entre ellas se destaca Gibara, ciudad portuaria, que constituyó en el siglo XIX el principal acceso por mar al Oriente Cubano y que posee uno de los más significativos conjuntos arquitectónicos coloniales de la provincia, donde se desarrolla el Festival Internacional de Cine Pobre Humberto Solás y se encuentran peculiares tradiciones culinarias, entre otras.

Accesibilidad al destino:

El principal acceso al destino es por vía aérea, para lo cual posee un aeropuerto internacional con capacidad para 600 pasajeros entrando y saliendo, en horas picos e infraestructura para recibir aviones de gran porte; así mismo posee un personal de aduanas e inmigración altamente calificado para prestar un servicio de calidad.

Las instalaciones y servicios del destino:

En relación con las instalaciones y servicios de Holguín para el desarrollo de viajes turísticos se destaca la existencia de:

- Una planta habitacional con 4890 habitaciones, de ellas 1304 en hoteles 5 estrellas y 2235 en hoteles 4 estrellas. El Hotel Paradisus Río de Oro posee una planta real con 60 habitaciones y un centro de salud (SPA). Más del 80 % de las habitaciones del destino están ubicadas en tres polos de playa: Guardalavaca, Esmeralda y Costa Verde, con numerosas facilidades para el disfrute del turismo. También hay instalaciones de alojamiento para prestar servicios de salud especializado, otras en sitios naturales y además en las ciudades de Holguín, Moa y Gibara. Además existen numerosas casas de renta en toda la provincia
- Una red de instalaciones extrahoteleras vinculada a los principales atractivos (arqueología, historia, cultura, naturaleza) en la que se destacan: Complejo Chorro de Maíta, Parque Monumento Nacional

Bariay, Parque Natural Bahía de Naranjo, Bioparque Roca Azul, tiendas, centros nocturnos, museos y facilidades para deportes náuticos, terrestres y aéreos, entre otros. También cuenta con la Marina Vita con 38 atraques

- Numerosas facilidades para el traslado dentro del destino, en ómnibus, taxis y servicio de renta de autos
- Agencias de Viajes con gran experiencia y una amplia red de contactos y contrataciones con turoperadores de numerosos países

En resumen los principales atributos y potencialidades del destino Holguín son:

- Presencia de importantes atractivos como: clima, playa, naturaleza, arqueología, historia y cultura, incluidos en su oferta turística
- Existencia de 3 539 habitaciones con categoría 5 y 4 estrellas
- Presencia de recursos turísticos que permiten ofertar productos náuticos, otros vinculados a la naturaleza, la cultura y la historia, algunos de ellos exóticos y de gran atractivo
- Existencia de un aeropuerto internacional con capacidad y facilidades para recibir aviones de gran porte
- Amplia experiencia y facilidades en la organización de viajes, en el destino, a través de turoperadores

Integración de los resultados

Teniendo en cuenta los análisis realizados anteriormente y utilizando el criterio de expertos se realizó una evaluación de la correspondencia existente entre las características de los turistas rusos que realizan viajes de larga distancia y los atributos y potencialidades del destino turístico, determinando que las principales **potencialidades del destino turístico cubano de Holguín para incrementar la participación del mercado ruso** en el mismo se sintetizan en:

- Correspondencia entre los principales atractivos de Holguín (clima, playa, naturaleza, arqueología, historia, cultura), incluidos en su oferta turística y los motivos de viaje de los clientes rusos

- Existencia de 3 539 habitaciones con categoría 5 y 4 estrellas y el estándar adecuado para satisfacer las exigencias del mercado ruso
- Posibilidad de ofertar numerosas excursiones náuticas, terrestres y aéreas, vinculadas a la naturaleza, la cultura y la historia, algunas de ellas exóticas y de gran atractivo
- Existencia de un aeropuerto internacional con capacidad y facilidades para recibir aviones de gran porte, como se requiere para operaciones de mercados lejanos, como el ruso
- Amplia experiencia y facilidades en la organización de viajes, en el destino, a través de turoperadores, que se corresponde con la principal forma de organización de los viajes de los turistas rusos.

CONCLUSIONES

La realización del estudio permitió arribar a las siguientes conclusiones:

- ❖ Se elaboró el perfil general de los turistas rusos que realizan viajes de larga distancia, determinando las principales tendencias de su comportamiento
- ❖ Se determinaron los atributos y potencialidades del destino turístico holguinero mediante la caracterización de sus atractivos, accesibilidad al destino, así como sus instalaciones y servicios
- ❖ La comparación del perfil general de los turistas rusos que realizan viajes de larga distancia y los atributos y potencialidades del destino turístico holguinero, permitió determinar que es viable el incremento del mercado ruso en el mismo, lo que avala la hipótesis planteada en la investigación

BIBLIOGRAFÍA

1. Agencia Federal de Turismo de Rusia. Salidas de ciudadanos rusos al extranjero **editorial, ciudad** 2008. Disponible en <http://www.cia.gov>

2. González Oleinik Aleksei Andrésovich. Rusia como mercado emisor a Cuba. La Habana. 2008. Tesis en opción al título de Licenciado en Turismo
3. MINTUR. Política de desarrollo de Holguín. 1999
4. OMT. Barómetro OMT del Turismo Mundial 2007, 2008 y 2009. Madrid. Disponible en <http://www.unwto.org>
5. OMT. Informe de apoyo. Turismo. Portugal, Rusia, Polonia, Japón. 2008 Disponible en <http://www.proexport.com.co>
6. OMT. Panorama del turismo internacional. 2008. Disponible en <http://www.unwto.org>
7. Palao Fuentes, Rosa y otros. Diagnóstico del producto turístico Holguín. FORMATUR. 2010
8. Perelló Cabrera, José Luis. Introducción a la investigación de mercados turísticos. La Habana. 2005
9. Pérez Torres Inés. Estudio del mercado emisor ruso a Cuba. 2009. Tesis en opción al título de Licenciado en Turismo
10. Rodríguez Fariña Ricardo. Gestión de destinos turísticos. Monografía La Habana. 2005
11. Serra Cantallops Antoni. Marketing Turístico. Ediciones Pirámide. Madrid 2003