

Las variables de efectividad para el sector hotelero de ciudad cubano

The effectiveness variables for the hotel sector of the Cuban city

YUSNIEL FERREIRO MARTÍNEZ¹

 <https://orcid.org/0000-0001-7047-3178>

ANA FERNÁNDEZ ANDRÉS²

 <https://orcid.org/0000-0001-5295-1543>

MARÍA SATURNINA GIL BASULTO³

 <https://orcid.org/0000-0002-2700-6061>

Universidad de Camagüey, Cuba ^{1,2,3},
yusniel.ferreiro@reduc.edu.cu¹, anaf.1956@yahoo.com.mx², maria.gil@reduc.edu.cu³

RESUMEN

La efectividad del sector turístico cubano reviste gran importancia para el cumplimiento del plan estratégico de desarrollo nacional, dinamizar la economía y generar divisas. En este contexto, el objetivo del presente estudio fue determinar las principales variables para la evaluación de la efectividad para el sector hotelero de ciudad cubano con un enfoque estratégico. La metodología aplicada corresponde a una investigación de enfoque mixto, no experimental, donde se aplicaron técnicas de análisis de contenido, expertos y prospectiva estratégica. Como resultado se determinaron doce variables, de ellas nueve variables estratégicas y la variable turista como la más riesgosa. Se concluye que la propuesta metodológica realizada permitió la definición de variables con un enfoque sectorial, contextualizado a las particularidades y tendencias de desarrollo del sector como paso previo al diseño de indicadores.

Palabras claves: efectividad, variables, sector hotelero

Código JEL: L83 Deportes; Juegos de azar; Ocio; Turismo

Citar como (APA):

Ferreiro Martínez, Y. & Otros (2023). Las variables de efectividad para el sector hotelero de ciudad cubano. *Revista Cubana De Finanzas Y Precios*, 7(4), 80-92. Consultado de https://www.mfp.gob.cu/revista/index.php/RCCFP/article/view/08_V7N42023_YFMyOtros

ABSTRACT

The effectiveness of the Cuban tourism sector is of great importance for compliance with the strategic plan for national development, boosting the economy and generating foreign currency. In this context, the objective of the present study was to determine the main variables for the evaluation of the effectiveness for the hotel sector of the Cuban city with a strategic approach. The applied methodology corresponds to a mixed, non-experimental approach research, where content analysis techniques, experts and strategic prospective were applied. As a result, twelve variables were determined, nine of them strategic variables and the tourist variable as the riskiest. It is concluded that the methodological proposal made allowed the definition of variables with a sectoral approach, contextualized to the particularities and development trends of the sector as a step prior to the design of indicators.

Keywords: effectiveness, variables, hotel sector

INTRODUCCIÓN

La importancia del turismo a nivel mundial se manifiesta en su aporte al Producto Interno Bruto (PIB), donde en algunos países representa más del 20 % de este, siendo el tercer sector más importante de la economía mundial (ONU, 2020). Sin embargo, el turismo en la actualidad es “uno de los más afectados por el impacto de la pandemia, con una reducción aproximada de un 30% de las llegadas de turistas, como indicador común de todos los países” (CEPAL, 2020, p. 12).

En los estudios de Monsalve y Hernández (2015); Flores, Ochoa y Arroyo (2018); Ortiz, Reyna y Villarruel (2020); Díaz (2020) se destaca que la industria hotelera es parte fundamental de la actividad turística, ya que su infraestructura, capacidad y servicios conllevan al posicionamiento de los destinos a nivel mundial. Estos autores reconocen la necesidad de que la gestión hotelera se realice con calidad para que impacte positivamente en la satisfacción de los viajeros, la fidelidad a la marca y el incremento en el número de personas de origen nacional e internacional atraídas por el destino turístico.

En los Lineamientos de la Política Económica y Social del Partido y la Revolución para el período 2021 – 2026, analizados en el 8vo Congreso del Partido Comunista de Cuba se establece la necesidad de: “continuar elevando la calidad de los servicios turísticos” (PCC, 2021, p. 79).

En la asamblea de balance del Ministerio de Turismo (MINTUR) Diaz-Canel (2022) destacó la importancia del sector turístico para la economía del país y puntualizó la necesidad de desarrollar acciones para contrarrestar los efectos del recrudescimiento del bloqueo, la situación económica internacional y de la pandemia de la COVID - 19. En este contexto, adquiere vital importancia la evaluación de la efectividad en este sector.

La efectividad en la literatura especializada se ha vinculado tradicionalmente a los términos de eficiencia y eficacia. Sin embargo, el estudio realizado por Ferreiro, Fernández y Gil (2023) considera a este un enfoque limitado ante las tendencias actuales de desarrollo del sector turístico, por lo que al efecto de la presente investigación se asume la definición de estos autores por estar contextualizada al sector y tener en consideración las tendencias de desarrollo del mismo. Por lo tanto, la efectividad para el sector turístico hotelero es:

La combinación holística de la eficiencia, la eficacia y la fidelización de los clientes, sobre la base de la profesionalidad de su personal, que contribuya al equilibrio entre el logro de los objetivos, el funcionamiento óptimo de la actividad hotelera, la obtención de los recursos suficientes y la satisfacción de los turistas. (Ferreiro, *et al*, 2023, p. 14).

A partir de esta posición, la propuesta relacionada con la evaluación de la efectividad debe tener presente estas tres dimensiones: eficacia, eficiencia y fidelización del cliente.

En un diagnóstico realizado en el sector hotelero de ciudad Ferreiro (2022) identifica las siguientes limitantes para la evaluación de la efectividad y la consecuente toma de decisiones:

- Los directivos no proyectan la visión de la gestión económica integralmente donde se vincule la calidad de los servicios hoteleros, con el cumplimiento de los objetivos y el aprovechamiento de los recursos empleados.
- Los indicadores que se utilizan están contenidos en el Manual para el Análisis de la Actividad Hotelera (MINTUR, 2006). Este análisis está conformado por un conjunto de indicadores físicos que complementan los índices económicos financieros tradicionales; así como indicadores directamente relacionados con la actividad comercial y servicios técnicos, los cuales tienen un enfoque limitado.
- Los análisis económicos financieros que se realizan no suministran información relevante a los usuarios internos y externos, sobre los elementos relacionados con la eficiencia, eficacia y calidad; ya que los análisis tienen un carácter operativo.
- No existe un procedimiento, ni indicadores propios que permitan evaluar la efectividad del turismo hotelero de ciudad.

El objetivo del presente estudio a partir de las carencias metodológicas identificadas en el diagnóstico y el papel estratégico de este sector para el desarrollo del país es determinar las principales variables para la evaluación de la efectividad para el sector hotelero de ciudad cubano con un enfoque estratégico.

METODOLOGÍA

La metodología aplicada corresponde a una investigación de enfoque mixto, no experimental, donde se parte de la definición de variables al reconocerse que es un método ampliamente utilizado para la definición de indicadores. Se establecen cuatro pasos:

- a) El estudio de publicaciones en el tema mediante la técnica de análisis de contenido que permita desde la concepción académica estudiar el tratamiento que han tenido las variables por cada dimensión y su conceptualización.
- b) La determinación de variables por el criterio que tributa la praxis del sector que aporta el elemento del contexto al estudio que se realiza.
- c) La constatación de las variables por dimensión a partir del binomio academia – praxis por expertos del sector.
- d) La determinación de la influencia e interrelaciones entre las variables definidas y conceptualizadas por técnicas de prospectiva estratégica, usando la herramienta prospectiva MIC-MAC

A continuación, se muestran las técnicas utilizadas en cada paso

Paso 1. Determinación de las principales variables por el estudio de publicaciones en el tema.

Mediante la técnica de análisis de contenido de publicaciones en revistas, libros y otras fuentes se determinan las variables de evaluación de la efectividad presentes en estos y se busca la concordancia entre las mismas aplicando la frecuencia relativa, donde los autores a partir de Cuesta (2005) asumen que un resultado $\geq 60\%$ es válido.

Se conceptualizan las variables identificadas a partir de las fuentes revisadas.

Paso 2. Determinación de las variables por cada dimensión por especialistas del sector y su correlación con las ya determinadas.

El objetivo de este paso es determinar las variables por criterio de especialistas del sector y su consenso con las determinadas en el paso anterior.

Se conformó un grupo de diez (10) especialistas con una experiencia promedio de 32.8 años de trabajo en el turismo de ciudad, todos graduados de nivel superior en carreras de Licenciatura en Contabilidad y Finanzas o Economía, el 10 % con Maestría en Gestión Turística, los cuales aplicando la técnica de trabajo en grupo determinan por consenso las variables que por cada dimensión consideran deben evaluarse. Posteriormente, las variables identificadas se consensaron con las determinadas en el paso anterior, así como su conceptualización.

Paso 3. Constatación de las variables definidas por dimensión por expertos del sector

Las variables identificadas en los pasos anteriores se someten a validación por criterio de expertos conformados por el binomio praxis - academia, en la búsqueda de la triangulación como vía para minorar sesgo. Se conformó un grupo de 25 expertos, con las siguientes características: Todos graduados de nivel superior; de ellos el 4 % doctores y el 72 % con maestrías en Gestión Turística, Administración de Negocios, Informática, Contabilidad y Finanzas, Administración de Hoteles y Marketing Internacional, Ingeniería en Sistemas Automatizados de Dirección e Ingeniería Industrial, con una experiencia promedio en el sector turístico como directivos, economistas, comerciales, gerentes, investigadores de 28 años. El hecho de que los expertos sean profundos conocedores de la actividad, permite con un criterio sectorial dar una opinión argumentada a las particularidades del mismo en Cuba.

Para la valoración de la propuesta realizada de variables conceptualizadas por parte de los expertos se aplica un cuestionario con escalamiento tipo Likert. Las respuestas de los expertos se procesan por la frecuencia; donde se asumen las variables cuya respuesta correspondan a la escala 5 y 4 con una frecuencia $\geq 70\%$.

Paso 4. Influencia e interrelaciones entre las variables definidas y conceptualizadas por técnicas de prospectiva estratégica.

El objetivo de este paso es determinar las relaciones entre variables y definir las variables potencialmente estratégicas.

Para poder identificar las relaciones entre las variables se realizó un proceso denominado análisis estructural, con la finalidad de relacionar las variables en parámetros de dependencia e influencia, usando la herramienta prospectiva MIC-MAC.

Se asumen los mismos especialistas del paso 2.

Posteriormente, se determina la matriz de influencia y dependencia de las variables por cada especialista, utilizando la siguiente escala para valorar el grado de influencia:

- (0) No hay ninguna influencia
- (1) Si, la influencia es débil
- (2) Si, la influencia es media
- (3) Si, la influencia es fuerte
- (P) Si, la influencia es potencial

Posteriormente se procesan por la moda las respuestas de los especialistas y se determina la matriz consensada de influencia y dependencia de las variables.

La matriz resultante se introduce en el programa MICMAC Versión 6.1.2 – 2003/2004, determinándose los cuadrantes de influencia de Godet, & Durance (2007). El análisis del gráfico de influencia y dependencia permite identificar las variables más influyentes y/o estratégicas.

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En la **dimensión de eficacia** se estudiaron un total de 13 documentos entre metodologías y publicaciones científicas, de las cuales 12 (92.3 %) corresponden a los últimos ocho (8) años y uno (1) que representa el 7.7 % es del 2006 por corresponder a una propuesta metodológica cubana.

Como resultado del estudio se identificaron seis (6) variables (disponibilidad habitacional, ocupación y estadía hotelera, servicios, recursos humanos, turistas y cobros y pagos), quedando las siguientes tres variables: Disponibilidad habitacional, ocupación y estadía hotelera y turistas por tener una frecuencia ≥ 60.0 %, también se reflejó su conceptualización como parte del estudio realizado.

Se estudiaron para la **dimensión de eficiencia** un total de 16 documentos entre metodologías y publicaciones científicas, de las cuales el 93.8 % (15) corresponden a los últimos ocho (8) años y el 6.2 % (1) al 2006.

Como resultado del estudio se identificaron siete (7) variables (ingresos: valor agregado; recursos humanos; gastos; cobros y pagos; capacidad de pago y rendimientos financieros), de las cuales calificaron las variables ingresos, valor agregado y rendimientos financieros con su respectiva conceptualización.

Para la **dimensión fidelización del cliente** se analizaron un total de 22 documentos entre metodologías y publicaciones científicas de los últimos 12 años, donde el 59.1 % (12) corresponden a los últimos cinco (5) años.

Como resultado del estudio se identificaron siete (7) variables, de las cuales calificaron seis variables por tener una frecuencia ≥ 60.0 % (satisfacción; calidad; recursos humanos; oferta, entorno y promociones; comunicación e informatización y redes); la variable imagen no calificó por tener una frecuencia de 37.5 %. Todas se conceptualizaron

El grupo de diez (10) especialistas determinó por consenso la incorporación de la variable Costos y Gastos en la dimensión de eficiencia; además fertilizaron, ampliaron o perfeccionaron las conceptualizaciones realizadas en nueve (9) variables, excepto en las variables Turistas y Calidad que no realizaron modificaciones.

En la Tabla 1 se muestran las variables identificadas, conceptualizadas y posteriormente constatadas por los especialistas correspondientes a la dimensión eficacia.

Tabla 1.

Variables de eficacia determinadas, conceptualizadas y consensadas por criterios de especialistas

VARIABLES	CONCEPTUALIZACIÓN PERFECCIONADA
V01. Disponibilidad habitacional	Representa la cantidad de habitaciones que un hotel tiene disponible para los turistas, Su correlación con la eficacia puede ser alta, ya que puede atender adecuadamente la demanda de los turistas y proporcionarles una buena experiencia de viaje. La disponibilidad habitacional es la base, pero por sí sola no garantiza la eficacia, por lo que es necesario que el hotel tenga la capacidad de venderlas.
V02. Ocupación y estadía hotelera	Representa la utilización de las habitaciones hoteleras por las diferentes variantes de ofertas y comercialización, así como su tiempo de ocupación. Se considera ocupada una habitación cuando se reciben ingresos por ella, aunque el huésped no esté físicamente en la misma. En esta variable, también se incluye la sumatoria de las habitaciones disponibles que resultaron ocupadas cada día por nacionales y extranjeros, durante los días del período, así como el uso de las habitaciones, reflejando cuantos turistas como promedio duermen en una habitación, al establecer la relación de los turistas-día extranjeros, nacionales o totales, según sea el caso, con las habitaciones-día ocupadas según corresponda. Esta variable indica que el hotel tiene una buena capacidad de vender sus servicios y satisfacer la demanda de los turistas; aunque puede verse afectada por factores externos, como la temporada turística, la competencia, así como remodelación o reparación.
V03. Turistas	Representa los diferentes segmentos de personas que viajan a un destino turístico y se hospedan en el hotel, constituyen la unidad básica que consumen los productos y servicios hoteleros

La Tabla 2 refleja las variables correspondientes a la dimensión eficiencia.

Tabla 2.

Variables de eficiencia determinadas, conceptualizadas y consensadas por criterios de especialistas

VARIABLES	CONCEPTUALIZACIÓN PERFECCIONADA
V04. Ingresos	Constituye la base de la eficiencia de un hotel. Representa el nivel de ingresos brutos sustentados en una adecuada gestión de ingresos que permite optimizar los precios, la distribución y la disponibilidad, así como el nivel de ingresos sobre una base determinada (turistas, habitaciones, etc.).
V05. Valor Agregado	El valor agregado es la medida de cómo un hotel agrega valor a sus productos o servicios a través de la diferenciación, la innovación o la calidad. Representa el valor agregado tangible e intangible que incrementa el valor del hotel en el proceso de comercialización. Permite obtener mayores márgenes de beneficio y ser más competitivo en el mercado.
V06. Rendimientos Financieros	Es la variable que mide la rentabilidad y el retorno de inversión; expresan la utilidad obtenida sobre las ventas, recursos invertidos y activos del hotel.
V07. Costos y Gastos	Representa los insumos y gastos incurridos en el desarrollo de las actividades y los costos de los diferentes servicios, productos, procesos y actividades hoteleras; los mismos están estrechamente ligados con las ofertas, el entorno y las promociones, que repercuten de una forma u otra en la calidad del servicio.

Las variables de la dimensión fidelización del cliente se reflejan en la Tabla 3.

Tabla 3.

Variables de fidelización del cliente determinadas, conceptualizadas y consensadas por criterios de especialistas

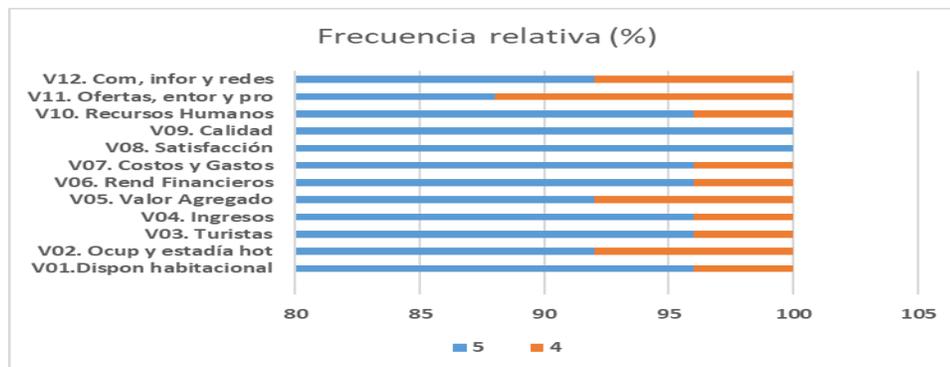
VARIABLES	CONCEPTUALIZACIÓN PERFECCIONADA
V08. Satisfacción	Representa el cumplimiento de las necesidades, exigencias y expectativas de los turistas respecto a los productos, servicios y ofertas, a un precio aceptable, de acuerdo con las condiciones contractuales mutuamente aceptadas y con los factores como higiene, accesibilidad, autenticidad y armonía con su entorno humano, cultural y natural. Tiene un impacto directo en la reputación y la imagen del hotel en el mercado.
V09. Calidad	Representa la percepción del turista en cuanto al cumplimiento de sus necesidades, exigencias y expectativas del servicio y la oferta hotelera.

VARIABLES	CONCEPTUALIZACIÓN PERFECCIONADA
V10. Recursos Humanos	Representa la competencia, profesionalidad, trato amable y características humanas del personal del hotel que impacta en la calidad del servicio y satisfacción del cliente.
V11. Ofertas, entorno y promociones	Representa el conjunto de bienes intangibles (clima, cultura, paisaje patrimonio), tangibles (atractivos naturales o creados) y servicios (hoteles, restaurantes, excursiones, recreación) ofrecidos al turista en el destino. Las ofertas del entorno y las promociones, como descuentos, paquetes especiales y actividades adicionales, pueden incentivar a los clientes a regresar y utilizar nuevamente los servicios del hotel.
V12. Comunicación, informatización y redes	Representa la transmisión del mensaje de la marca a su público con el fin de producir una decisión de compra y fidelización de este, así como la a dotación de hardware y software de gestión, tecnologías de conexión a redes, aplicaciones de marketing electrónico y de ventas, lo cual impacta positivamente en la expansión del mercado, la imagen y la calidad. Una buena comunicación con los clientes, la disponibilidad de información actualizada y la interacción en redes sociales, fortalecen la relación con el cliente y contribuye a su fidelización.

La validación de las variables por los expertos se muestra en la Figura 1, donde el 100 % de las mismas se ratifican al tener una frecuencia ≥ 70 % en las respuestas entre 4 y 5.

Figura 1.

Variables constatadas por los expertos



En la Figura 2 se muestra la matriz consensada de influencia y dependencia de las variables a partir del procesamiento de las matrices individuales elaborada por los especialistas.

Figura 2.

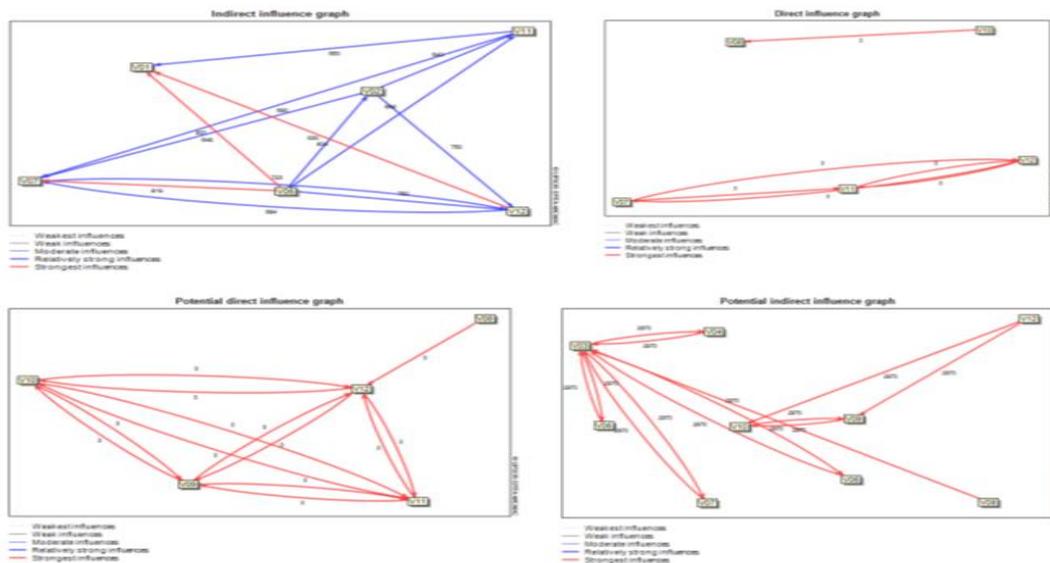
Matriz de influencia y dependencia de las variables consensada.

	V01	V02	V03	V04	V05	V06	V07	V08	V09	V10	V11	V12
V01	0	4	4	4	4	3	4	4	3	3	2	2
V02	4	0	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3
V03	4	3	0	4	4	4	3	4	3	3	4	3
V04	3	4	4	0	4	4	4	4	4	3	3	3
V05	3	3	3	4	0	3	3	3	4	3	3	3
V06	3	4	3	4	4	0	4	3	3	4	3	3
V07	3	4	4	4	3	4	0	3	3	3	3	3
V08	4	4	4	4	4	4	3	0	4	4	4	4
V09	3	3	3	4	4	3	3	4	0	4	4	4
V10	3	4	3	4	3	4	4	3	4	0	4	4
V11	2	3	4	4	3	3	3	4	4	4	0	3
V12	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	0

Al procesarse la matriz por el programa MICMAC Versión 6.1.2 – 2003/2004 se obtuvieron los resultados que se muestran en las Figuras 3 y 4.

Figura 3.

Influencia entre variables.



El análisis estructural realizado muestra que:

Las acciones en el corto plazo deben proyectarse hacia la disminución de los costos y gastos asociados a la prestación del servicio hotelero con la utilización de los insumos internos con menos

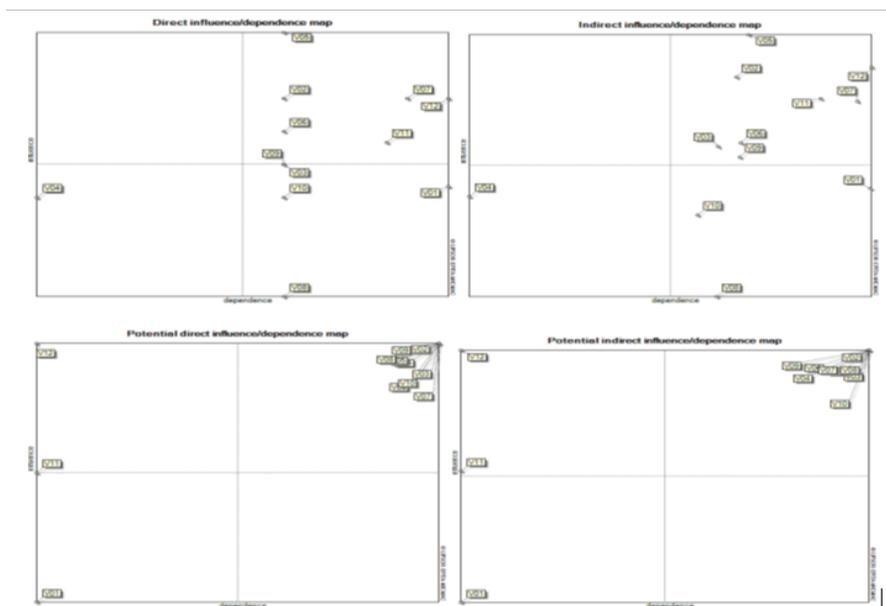
dependencia de las importaciones, a una oferta hotelera atrayente que tenga presente los valores patrimoniales y naturales del entorno con promociones atrayentes de tipo cultural y patrimonial, conjuntamente con un sistema de comunicación con los clientes, un nivel de informatización y utilización de las redes que promueva este tipo de turismo.

El análisis de la proyección al mediano plazo ratifica las variables determinadas para el corto plazo. Se adiciona el valor agregado con una influencia muy fuerte, aunque no con tantas variables dependientes, y la ocupación y estadía hotelera como soporte para la generación de ingresos.

Se determinan tres variables que desde el corto hasta el largo plazo son muy influyentes para la organización (costos y gastos; ofertas, entorno y promociones; comunicación, informatización y redes). Se destaca la variable turistas con la influencia más determinante para la proyección al largo plazo, pero con poca influencia en el corto y mediano plazo.

Figura 4.

Mapa de tipos de variables por su influencia.



Para el logro de la efectividad en este sector, seis variables (comunicación, informatización y redes; costos y gastos; valor agregado; ofertas, entorno y promociones; ocupación y estadía hotelera; rendimientos financieros) muestran una elevada influencia y dependencia en el corto y mediano plazo. Se determinan 9 variables potencialmente estratégicas (ocupación y estadía hotelera; turista; ingresos; valor agregado; rendimientos financieros; costos y gastos; satisfacción; calidad; recursos humanos) y se reconoce a la variable turistas como la más influyente y dependiente en el largo plazo y en consecuencia la variable potencialmente más estratégica y de mayor riesgo.

CONCLUSIONES

La efectividad y su evaluación constituyen aspectos esenciales en el desarrollo de la gestión hotelera de ciudad, donde la propuesta metodológica realizada brinda un instrumental que combina la experiencia internacional, las particularidades del contexto y el binomio praxis – academia, permitiendo la definición de variables contextualizadas como paso previo al diseño de indicadores.

Las 12 variables identificadas, a partir de su validación por expertos del sector hotelero cubano de ciudad, permite que predomine un enfoque sectorial contextualizado a sus particularidades y tendencias de desarrollo, creando las bases para el desarrollo de investigaciones futuras relacionadas con el diseño de indicadores de evaluación de la efectividad.

Se reconoce como limitante de este estudio que los participantes como expertos y especialistas no hayan sido totalmente objetivos en sus valoraciones. No obstante, se trató de disminuir este sesgo con la aplicación de la técnica de triangulación

La aplicación de técnicas de prospectiva estratégica posibilitó la determinación de nueve variables potencialmente estratégicas, donde se destaca la variable turistas como la variable más influyente y dependiente, constituyendo así la más riesgosa. Este resultado es de gran importancia por el papel estratégico y dinamizador de este sector para la economía cubana.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Cuesta, A. (2005). Tecnología de Gestión de Recursos Humanos. La Habana: Ed: Academia
- Díaz-Canel, M. (2022). Ministerio de Turismo. <https://www.mintur.gob.cu/diaz-canel-insiste-en-la-importancia-del-turismo-para-la-economia-cubana/>
- Díaz, A. (2020). Los actores de la distribución comercial en turismo y viajes. GDS y CRS. Mitos y realidades. *Revista Caribeña de Ciencias Sociales*, (1), <https://EconPapers.repec.org/RePEc:erv:rccsrc:y:2020:i:2020-01:31>
- Ferreiro, Y. (2022). Diagnóstico de los hoteles de ciudad en Camaguey. Universidad de Camaguey: Archivo del investigador.
- Ferreiro, Y., Fernández, A., y Gil, M. (2023). La efectividad en el sector hotelero. Una aproximación conceptual. *Retos De La Dirección*, 17(1), e23107. http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2306-91552023000100007&lng=es&tlng=es.
- Flores, E.N.; Ochoa, F.J. y Arroyo. F.J. (2018) Análisis de la Situación de la Industria Hotelera. *Vinculategica*. 3(36). 323-334. http://www.web.facpya.uanl.mx/Vinculategica/Vinculategica_3/36%20FLORES_OCHOA_ARROYO.pdf

- Godet, M., & Durance, P. (2007). *Prospectiva Estratégica: problemas y métodos. Cuadernos de LIPSOR*, 104 (20). San Sebastián, España: SPEKTIKER
- MINTUR (2006). *Manual para el Análisis de la Actividad Hotelera*. La Habana: Grupo Hotelero de Ciudad "E".
- Monsalve, C., y Hernández, S. I. (2015). Gestión de la calidad del servicio en la hotelería como elemento clave en el desarrollo de destinos turísticos sostenibles: Caso Bucaramanga. *Escuela de Administración de Negocios*, (78), 162-173. <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20640430011>
- Ortiz, P. S.; Reyna, J. P; Villarruel, G (2020). *Desempeño laboral: Una revisión sistemática de su desarrollo en el sector hotelero en Latinoamérica*. (Tesis de Grado). Lima: Universidad Peruana Unión. https://repositorio.upeu.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12840/3943/Pablo_Trabajo_Bachiller_2020.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- PCC (2021). *Lineamientos de la política económica y social del partido y la Revolución para el periodo de 2021-2026*. https://siteal.iiep.unesco.org/sites/default/files/sit_accion_files/cuba_conceptos_y_lineamientos_2021_2026.pdf

DATOS DE LOS AUTORES

YUSNIEL FERREIRO MARTÍNEZ

Licenciado en Contabilidad y Finanzas. Master en Contabilidad Gerencial. Se encuentra cursando el Doctorado en Contabilidad y Finanzas de la Universidad de Camagüey (UC). Profesor Auxiliar de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Camagüey. Jefe de Carrera de Contabilidad y Finanzas de la UC. Ha publicado en Revistas Indexadas y ha participado en Congresos nacionales e internacionales.

ANA FERNÁNDEZ ANDRÉS

Licenciada en Economía, Master en Finanzas y Créditos y Doctora en Ciencias Económicas. Profesora Consultante de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Camagüey. Miembro del claustro docente de la Maestría de Contabilidad Gerencial. Ha sido directora de tesis de licenciatura, maestrías y doctorados. Ha participado como ponente en Congresos de reconocido prestigio y publica periódicamente en Revistas Indexadas. Ha recibido reconocimientos por su labor profesional.

MARÍA SATURNINA GIL BASULTO

Licenciada en Finanzas, Master en Contabilidad Gerencial y Doctora en Ciencias Contables Financieras. Profesora Consultante de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Camagüey. Miembro del claustro docente de la Maestría de Contabilidad Gerencial. Ha sido directora de tesis de licenciatura, maestrías y doctorados. Ha participado como ponente en Congresos de reconocido prestigio y publica periódicamente en Revistas Indexadas. Ha recibido reconocimientos por su labor profesional.

Conflictos de intereses

Los autores se responsabilizan con el contenido del artículo y declaran no tener asociación personal o comercial que pueda generar conflictos de interés en relación con este. Además, certifican que todos los documentos presentados son libres de derecho de autor o con derechos declarados y, por lo tanto, asumen cualquier litigio o reclamación relacionada con derechos de propiedad intelectual, exonerando de toda responsabilidad a la Revista Cubana de Finanzas y Precios.

Contribución de los autores

Taxonomía de Roles Colaboradores	Nombre del colaborador o autor según contribución
1. Conceptualización	Yusniel Ferreiro Martínez y María Saturnina Gil Basulto
2. Conservación de datos	Yusniel Ferreiro Martínez y María Gil Saturnina Basulto
3. Redacción - primera redacción	Yusniel Ferreiro Martínez y Ana Fernández Andrés.
4. Redacción - revisión y edición	Yusniel Ferreiro Martínez y Ana Fernández Andrés.
5. Investigación	Yusniel Ferreiro Martínez y Ana Fernández Andrés.
6. Metodología	Yusniel Ferreiro Martínez y Ana Fernández Andrés.
7. Software	Yusniel Ferreiro Martínez

Fecha de recepción: 5 de julio de 2023

Fecha de aceptación: 27 de julio de 2023

Fecha de publicación: 14 de octubre de 2023