

ESTUDIO DE LA COMPETITIVIDAD DEL SECTOR DE SERVICIOS TURÍSTICOS EN GUAYAQUIL, PERÍODO 2015-2016

Ing. Silvia Alexandra Montero Zamora.¹

Ec. Olmedo Gregorio Farfán González².

Ing. Marjorie Sofía San Andrés Samaniego.³

RECIBIDO: MARZO 2016 - REVISADO: JULIO 2016 - PUBLICADO: AGOSTO 2017

¹ Magíster en Administración y Dirección de Empresas
smonteroz@hotmail.com

² Master of Arts in Economics Decano de Posgrado de UTEG
olmedo.farfan@uteg.edu.ec

³ Magíster en Administración de Empresas msanandres@uteg.edu.ec ,
Docente de Universidad Tecnológica Empresarial de Guayaquil

RESUMEN

El presente artículo de investigación está enfocado en la evaluación del sector turístico en la ciudad de Guayaquil – Ecuador, referido a dos negocios bases como lo son los hoteles de primera categoría y los restaurantes de lujo, a fin de conocer si se cumple con las expectativas de calidad del turista nacional o extranjero.

El problema de investigación se basa en responder ¿cómo incide la calidad de servicio ofertada en los hoteles y restaurantes de lujo de la ciudad de Guayaquil en la percepción del cliente acerca del sector turístico?

El objetivo general es evaluar la competitividad del sector servicios hoteleros en la ciudad de Guayaquil y su impacto en el turismo, durante el período 2015-2016.

El episteme aplicado al presente estudio es el empirismo, a fin de conocer la experiencia real del turista. Se aplica una investigación descriptiva, utilizando la técnica de encuesta para la recolección de datos. Finalmente, se concluye sugiriendo acciones de mejoramiento continuo para aplicar en los factores que afectan de manera significativa la percepción del servicio recibido.

Palabras clave: Turismo, competitividad, calidad de servicio, mejoramiento continuo.

INTRODUCCIÓN

Guayaquil, puerto principal del Ecuador, centro de negocios, que no sólo acoge a los guayaquileños sino a habitantes de otras provincias del país e incluso extranjeros, se ha convertido en un punto estratégico por excelencia, no sólo por su giro comercial y financiero, sino también por su riqueza turística.

La realización del presente trabajo investigativo se justifica dado que, la existencia de una verdadera calidad de servicio, brindada en el sector hotelero, contempla una diversidad de factores a cumplir, a fin de que las exigencias de los clientes sean satisfechas, logrando la representatividad tan anhelada en el sector turístico.

El objetivo general del presente trabajo investigativo es evaluar la competitividad del sector servicios de hoteles de lujo y restaurantes de primera categoría, en la ciudad de Guayaquil y su correspondiente impacto en el turismo, período 2015-2016.

Los objetivos específicos son:

- Analizar el servicio actual de los hoteles y restaurantes, en la ciudad de Guayaquil.
- Conocer de qué manera incide los factores sociales en el desenvolvimiento de hoteles y restaurantes, en el mercado existente dentro del sector.
- Identificar la cultura de servicio que mantienen los hoteles y restaurantes, para ofrecer la atención al cliente.

Las preguntas del trabajo de investigación son:

¿Cómo es el servicio actual de los hoteles de lujo y restaurantes de primera categoría en la ciudad de Guayaquil?

¿De qué manera inciden los factores sociales en el desenvolvimiento de hoteles y restaurantes, en el mercado existente dentro del sector?

¿Qué cultura de servicio mantienen los hoteles de lujo y restaurantes de primera categoría para ofrecer la atención en servicio al cliente?

DESARROLLO

La diversidad de regiones, la riqueza gastronómica, el patrimonio cultural, la calidez de su gente, son sólo algunos de los principales aspectos que caracterizan al turismo en Ecuador. Definitivamente, la actividad turística ha ganado protagonismo hasta convertirse en un sector estratégico para el país, representando el 2% del PIB en Ecuador y el tercer rubro de las exportaciones no petroleras, después del banano y el camarón. (Banco Central del Ecuador, 2015).

Con ello, Ecuador logra diversificar sus fuentes de ingresos y no permanecer tan dependiente a lo que se genere por explotación y venta de barriles de petróleo, pues como se ha evidenciado en los últimos años, las economías mundiales deben prepararse ante una caída en el precio del barril, buscando otras alternativas de ingreso para no quebrarse.

Guayaquil, capital económica del Ecuador, ha orientado su mejor esfuerzo para consolidarse como un destino turístico digno de ser visitado por turistas nacionales y extranjeros. El desarrollo urbanístico, importancia comercial y la proyección internacional, la han hecho merecedora del galardón “Destino de Viajes de Negocios Líder de América del Sur”, en los WTA World Travel Awards 2016 Latinoamérica.

Es por ello que prestigiosas cadenas hoteleras de reconocimiento mundial se encuentran presentes en el puerto principal ecuatoriano, pues es un centro de convenciones de negocios y turismo.

Según la Organización Mundial del Turismo (Julio 2016), “este año arrancó con fuerza en lo que se refiere al turismo internacional. Las llegadas de turistas internacionales aumentaron un 5% entre enero y abril de 2016 según el último Barómetro OMT del Turismo Mundial. Los resultados fueron buenos en casi todas las subregiones y muchos destinos registraron tasas de crecimiento de dos dígitos. Las perspectivas para mayo-agosto son también positivas, previéndose que en este período vacacional que representa la temporada alta para el hemisferio Norte, alrededor de 500 millones de turistas viajarán al extranjero.”

Las exigencias de los clientes, dentro del sector turístico, son cada vez mayores, y los negocios que operan en esta línea, deben enfocar su planificación y gestión en brindar un verdadero valor agregado respecto a la oferta actual, integrando servicios complementarios que incorporen innovación a su oferta.

El Ministerio de Turismo en Ecuador, ha implementado numerosas estrategias para consolidar el concepto de turismo del país. Sin lugar a duda, la campaña ALL YOU NEED IS ECUADOR, por su significado en español, TODO LO QUE NECESITAS ES ECUADOR, se ha convertido en una identificación nacional para mostrar nuestro país al mundo.

Guayaquil y sus autoridades locales, a través de la Dirección de Turismo del M.I. Municipio de Guayaquil, también han dirigido sus mejores esfuerzos para resaltar a la urbe en el plano turístico, siendo una de sus principales funciones el “identificar los problemas que en el ámbito de desarrollo del turismo tiene el cantón, manteniendo intercambios de información y diagnóstico permanentes, con los sectores oficiales y privados que tengan que ver con esta materia”.

Competitividad de servicio hotelero

Una adecuada aplicación y gestión de la calidad permite a las empresas ser más competitivos, en este ámbito, Deming (1989), considerado el Padre de la Calidad, indica que al mejorar la calidad a nivel organizacional, se obtiene reducción de costes, desaparición de reprocesos, menores niveles de error, menos retrasos y se utiliza mejor el tiempo-máquina y los materiales a la par, que se crea equipos de trabajo más preparados, cooperativos y con una mayor autoestima laboral, lo cual se reflejará en el trato final que se brinde al cliente.

Sin lugar a duda, crear una cultura de calidad en los entornos empresariales permite atender de una manera óptima la voz del cliente.

En un contexto global, frente a un mercado cada vez más competitivo y partiendo del hecho de que una mayor calidad del producto turístico es valorada en términos económicos por el

consumidor, la importancia de la calidad surge como una garantía de diferenciación frente al aumento de la oferta de servicios turísticos. (Sánchez-Ollero, García-Pozo & Marchante-Mera, 2014). La calidad de servicio se encuentra estrechamente ligada con los negocios turísticos pues del contacto e impacto en la experiencia del cliente dependerá su retorno a la ciudad. Si el nivel de atención, respuesta a sus requerimientos y grado de confort fueron satisfactorios, se habrá creado una relación de fidelización con el turista, dejando la oportunidad abierta de retorno.

Daza (2013) enfatiza que el análisis de percepción de calidad en los consumidores de la industria hotelera es un tema que ha interesado mucho al marketing, ya que en este tipo de servicios se considera de alta relevancia el logro de la satisfacción del cliente para concretar nuevas visitas y que de igual forma se consuma otro tipo de productos turísticos.

En Guayaquil, existen dos factores que aún merecen la urgente atención para consolidar la imagen del sector turístico, el primer factor es la gestión del servicio al cliente realizada por los colaboradores de hoteles de lujo y restaurantes de primera categoría y el segundo factor es el nivel de seguridad de la urbe, ambos afectan directamente al servicio percibido y experimentado por el turista nacional y extranjero.

Gestión y cultura del servicio al cliente

La gestión de servicio al cliente, en lo relacionado a hoteles de lujo y restaurantes de primera categoría en Guayaquil, incluso a nivel país, ha evolucionado con respecto a períodos anteriores. Actualmente, las empresas se orientan hacia planes de motivación de su personal y una capacitación continua en cada una de las habilidades y competencias necesarias para el buen desarrollo empresarial. Los directivos reconocen que un personal altamente comprometido con la empresa, generará empatía, trabajo en equipo y cumplimiento de objetivos, lo que se evidenciará en la calidad de servicio que brinden a sus clientes.

Monteverde Valenzuela & Bustamante López (2014) indican que una organización debe invertir siempre en el desarrollo de sus colaboradores, a fin de que la empresa fortalezca sus estrategias de producto y de proceso.

Ya no sólo basta con una instalación confortable, acabados y diseño arquitectónico de primera, limpieza en todos los rincones, habitaciones correctamente equipadas, alimentación y servicios de gimnasio y áreas deportivas, servicios tecnológicos veloces, atención personalizada, estos atributos, se los considera como básicos para las cadenas de hoteles de lujo; ahora ellos enfrentan el desafío más importante e incluso más complejo de lograr, el brindar servicios complementarios innovadores que permitan a este segmento de mercado tan selecto, elegirlos como opción para pasar unos días inolvidables en Guayaquil.

Nivel de seguridad e índices de delictivos

Por otra parte, el nivel de seguridad e índices delictivos de Guayaquil, es una realidad social latente que demanda la urgente intervención de autoridades gubernamentales, municipales y en sí de todos los ciudadanos que viven en la urbe porteña. En el caso del sector de servicios turísticos, la imagen de peligro por delincuencia en diversas zonas de la ciudad de Guayaquil así como noticias de crónica roja, afecta negativamente la percepción de que un turista, visite la urbe.

El plan ECU-911 a nivel nacional, realiza una gestión de los servicios de información integrados basados en la tecnología orientados hacia la seguridad ciudadana, a través de herramientas como centro de atención al cliente con soporte telefónico, informático y en sitio, con cámaras de video-vigilancia (también conocidas como “ojos de águila”) colocadas en puntos estratégicos e identificados como sitios de peligro para estar atentos ante cualquier situación crítica.

Adicionalmente, la Policía Nacional del Ecuador a través de la implementación del botón de pánico en establecimientos, cooperativas de taxis y toda empresa de servicios, han tenido una alta acogida a nivel nacional.

Mejorar continuamente en los factores que afectan la competitividad

Como respuesta a potenciales factores que pueden afectar el desenvolvimiento normal de un servicio, existen metodologías de mejoramiento continuo orientadas a la calidad de procesos, tales como la de 5S, de origen Japonés o metodología Six Sigma (con fundamentos en los principios de Deming), originada con la empresa Motorola, la cual se basa en el control estadístico de procesos y administración para generar una cultura de calidad, medible a través de la implementación de indicadores de desempeño.

MATERIALES Y MÉTODOS

La corriente epistemológica aplicada al presente trabajo de investigación es el empirismo pues a través de la revisión de las experiencias reales de turistas nacionales y extranjeros se recopiló las diferentes percepciones y opiniones referentes a los servicios recibidos en los hoteles de primera categoría y restaurantes de lujo.

Tipo de estudio

La investigación efectuada es de tipo descriptiva, basada en la identificación de las variables independiente (oferta de sector servicios turísticos) y dependientes (servicio brindado al turista, calidad de servicio), intervinientes en el caso de estudio, de esta forma, se efectúa el planteamiento, análisis y prueba de hipótesis.

A su vez la investigación es de tipo no experimental, pues se basó en una investigación de tipo científico, realizando un trabajo de evaluación de campo y de revisión literaria.

Formulación de hipótesis

Hipótesis general

Existe una falta de cultura de servicio al cliente en los hoteles de lujo y restaurantes de primera categoría de la ciudad de Guayaquil, con respecto al cumplimiento de expectativas de los turistas nacionales y extranjeros, lo cual afecta la competitividad del sector.

Hipótesis particulares

- Los hoteles y restaurantes de lujo y primera categoría, no brindan calidez en el servicio que brindan a los turistas.
- Hay factores sociales que inciden a que el turismo en la ciudad de Guayaquil se vea obstaculizado y por ende, la visita a los negocios en estudio.
- Faltan recursos y demás características complementarias del servicio de hoteles y restaurantes para que el cliente se encuentre completamente satisfecho.

Diseño de la investigación

Se aplicó el método inductivo, a fin de conocer las opiniones de los dueños de hoteles y restaurantes. A partir de informaciones

específicas se establecieron opiniones razonables que compartan el común pensar de los administradores de este tipo de establecimientos.

A través del método deductivo, se analizaron las potenciales causas por las que no se ha realizado una completa explotación de la actividad turística en la ciudad de Guayaquil y la insatisfacción evidenciada por la falta de seguridad principalmente, que se evidencia en la urbe.

Técnica de investigación

El método estadístico fue utilizado en el tratamiento de la información obtenida a través de la aplicación de la técnica de investigación de encuestas realizadas a los representantes de hoteles de lujo y restaurantes de primera categoría así como también, a los turistas nacionales y extranjeros.

Se empleó la escala de Likert en las alternativas de respuestas brindadas. Éstas son las siguientes:

5: Muy bueno, siempre, muy de acuerdo

4: Bueno, casi siempre, de acuerdo

3: Ni bueno ni malo, regular, ni de acuerdo ni desacuerdo

2: Malo, casi nunca, desacuerdo

1: Muy malo, nunca, muy desacuerdo

Según datos del Ministerio de Turismo, 2014, en la ciudad de Guayaquil existen 35 hoteles y 107 restaurantes de lujo y de primera categoría. El dato de población de turistas es superior a 100.000 personas.

Para la muestra de hoteles no se aplica ningún tipo de fórmula, al ser una población menor a 100.

Para el caso de los restaurantes de primera categoría, se procedió a utilizar la fórmula de población finita, con un 95% de nivel de confianza, lo que generó una muestra de 84 establecimientos.

Para el caso de los turistas al ser la población superior a 100.000 se utiliza la fórmula de población infinita, con un 95% de nivel de confianza, lo que generó una muestra de 384 turistas.

Otras fuentes para la recolección de información

Las fuentes secundarias están fundamentadas en la revisión literaria de los siguientes recursos:

Artículos científicos publicados en biblioteca virtual: ProQuest, ebrary.

Consulta en sitios web de organismos de control: Organización Mundial de Turismo, Ministerio de Turismo del Ecuador, M.I. Municipalidad de Guayaquil, Banco Central de Ecuador.

RESULTADOS

Se realizó encuestas a los principales actores relacionados al nivel de competitividad del sector servicios turísticos en Guayaquil, como son los representantes y clientes de hoteles y restaurantes de lujo y primera categoría, respectivamente.

Con respecto a lo expuesto por los representantes de hoteles, un 69% de ellos consideran muy acertado mantenerse en contacto con los clientes y receptar todas sus sugerencias, muchos de estos establecimientos han adquirido software especializado para este propósito. Un punto significativo a mencionar, es que un 57% no poseen alianzas estratégicas con negocios relacionados al sector turístico, es decir, aquellas empresas que planifican visitas a los lugares más emblemáticos de la ciudad, lo cual podría estar deteniendo el despunte total del turismo en Guayaquil.

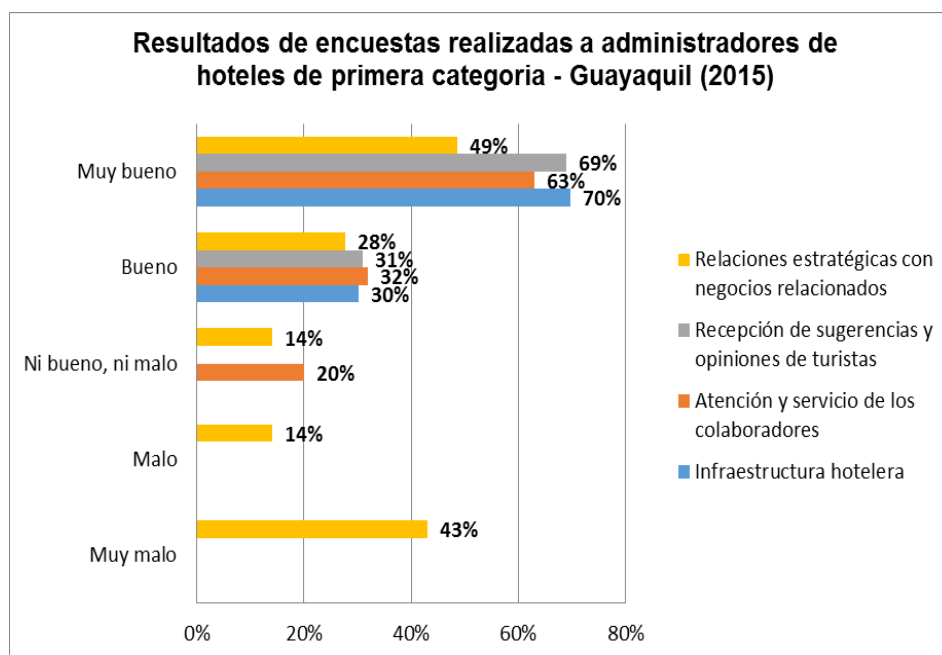


Gráfico 1. Fuente: Encuesta.
Elaborado por: Silvia Montero Zamora.

Por otra parte, los huéspedes que respondieron a la encuesta manifiestan la existencia de inconformidades respecto a la experiencia vivida en los hoteles, registrando casos de hasta el 43% de calificación como en muy desacuerdo con la experiencia vivida. Asimismo, con el criterio de relación con los colaboradores del hotel, en base a su atención y gestión, más del 50% de los encuestados no se encuentran a gusto. Además, más del 80% de los encuestados no están dispuestos a retornar si continúa el clima de inseguridad por problemas sociales (delincuencia, robos, secuestros) evidenciado en la ciudad porteña en los últimos años. Los resultados globales se exponen en el Gráfico 2.

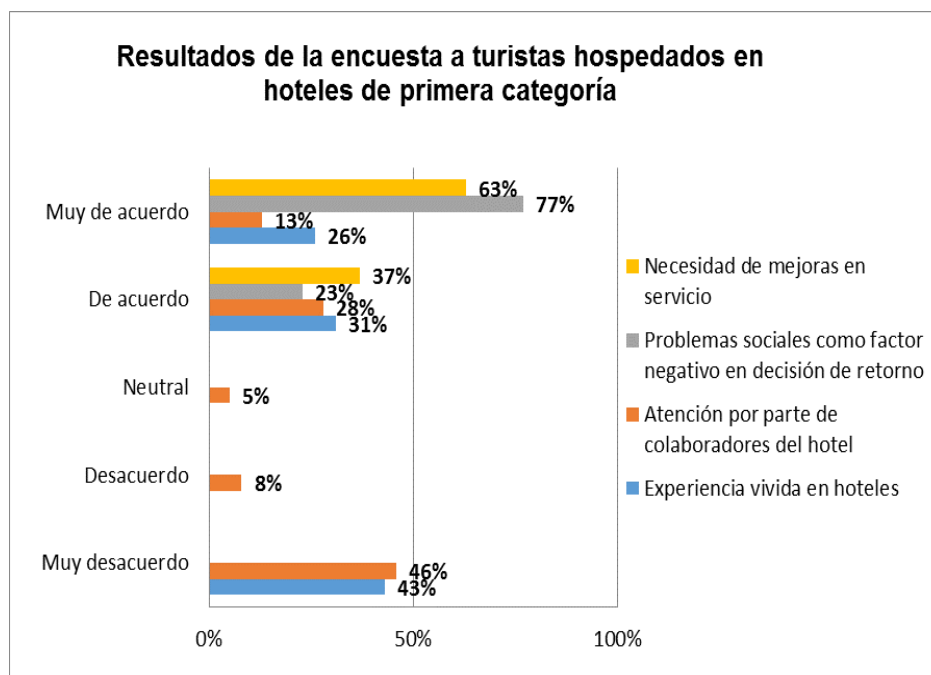


Gráfico 2. Fuente: Encuesta.
Elaborado por: Silvia Montero Zamora.

En lo que respecta a los resultados obtenidos por las encuestas realizadas a los restaurantes, sus representantes indicaron, en un 46%, encontrarse totalmente de acuerdo con la cocción y frescura de los alimentos servidos, así como en el nivel de servicio brindado por su personal. Sin embargo, reconocen en un 32%, que no cuentan con un sistema implementado para atención de sugerencias/quejas de sus clientes. Otro punto que resalta, es que un 14% los dueños de este tipo de establecimientos manifiestan inconformidad con las instalaciones e higiene del lugar.

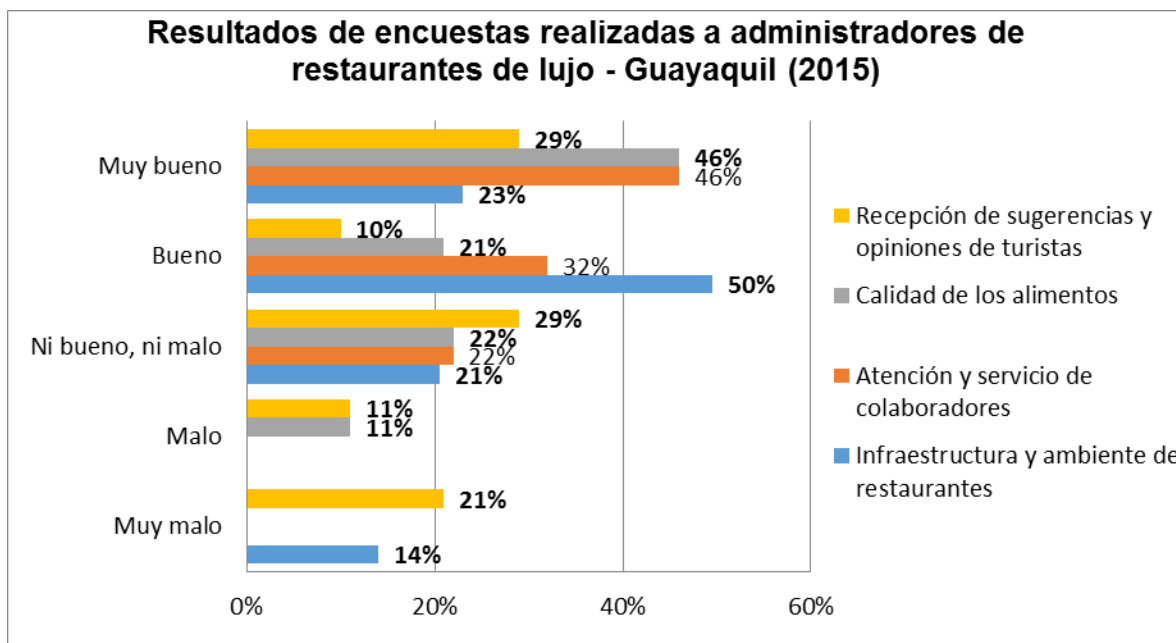


Gráfico 3. Fuente: Encuesta.

Elaborado por: Silvia Montero Zamora.

En lo que respecta a los clientes de restaurantes de primera categoría, más del 50% expresa haber recibido una inadecuada atención al cliente por parte del personal. En su totalidad, manifestaron que los establecimientos de comida deberían aplicar cambios inmediatos en la modalidad de servicios ofertados.

De acuerdo al análisis de los resultados obtenidos en las encuestas, se acepta la hipótesis general, pues existe una falta de cultura de servicio al cliente en los hoteles de lujo y restaurantes de primera categoría de la ciudad de Guayaquil, con respecto al cumplimiento de expectativas de los turistas nacionales y extranjeros, lo cual afecta la competitividad del sector.

DISCUSIÓN

Luego del análisis anterior, identificamos las siguientes oportunidades de mejora a aplicar en los negocios relacionados al sector servicio turístico de Guayaquil, específicamente, hoteles de lujo y restaurantes de primera categoría.

1. Planes de selección y capacitación de colaboradores. Según lo demuestran los datos, aún existen deficiencias en el nivel de servicio del staff de negocios turísticos en Guayaquil. Con el objetivo de formar líderes en servicio al cliente, en empresas cuyo giro y permanencia dependen directamente, de la voz del cliente u opinión que brinden sobre los aspectos del servicio, se precisa una motivación y capacitación constante. Sólo formando un verdadero clima laboral se logra, personal motivado y esto se manifiesta, en el buen trato y agilidad con el que atienden las solicitudes de sus clientes.

2. Fortalecimiento de la gestión hotelera. Se observa en los resultados obtenidos que se debe reestructurar los esquemas de servicio ofertados a fin de que guarden congruencia y consistencia con los niveles de calidad a alcanzar.

3. Estructuración sólida de la seguridad en los puntos de acceso turístico (y toda la ciudad en general) para salvaguardar la integridad de los visitantes a Guayaquil. El levantamiento de información claramente evidencia que la problemática social (índice de delincuencia, robos, mendicidad) afecta negativamente la percepción del turista nacional o extranjero que visita Guayaquil, lo cual podría mermar o disminuir la intención de retornar.

4. Alianzas estratégicas con empresas relacionadas al sector turístico. Con el objetivo de ampliar la oferta e innovar con paquetes de visita turística en Guayaquil, que integren visitas a lugares representativos, de recreación al aire libre, culturales, lugares de diversión social, integrando los diferentes conceptos que tienen cada uno de estos negocios, enfocándolos bajo una misma visión, brindar al turista una experiencia de primera.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Evaluando la situación actual del sector turístico en Guayaquil, existe una oportunidad de mejora para aplicar, tanto en el ámbito interno (personal y gestión hotelera) así como el factor externo (seguridad y percepción de tranquilidad ciudadana).

Se considera que la aplicación de una metodología de calidad, pudiendo iniciarse con la 5S en operaciones, la cual busca mantener el orden y limpieza en base de la disciplina y estandarización de procesos a fin de crear ambientes de trabajo sólidos para una atención al cliente de primera. Posteriormente, se sugiere proceder con la aplicación de metodología Six Sigma y finalizando, con las certificaciones en calidad ISO 9000.

Estas acciones requieren de inversión por parte de las empresas hoteleras y de servicios, para profundizar en aquellos factores que se están dejando de lado y no se están atendiendo, los mismos que probablemente se ocultan ante la relativa solidez de la imagen hotelera. Ambiente y edificación adecuados son parte de lo que se espera recibir como buen servicio, a fin de avanzar, es preciso tomar decisiones de fondo aplicables a una mejor gestión para desempeño laboral y para planes de seguridad en Guayaquil altamente funcionales, integrando la acción oportuna de autoridades, gubernamentales y locales.

Guayaquil debe aprovechar su condición de ser gestor de negocios y comercio para en base a ello, saber explotar, de manera sustentable, su valor turístico y riqueza cultural. Actualmente no podemos decir que la ciudad porteña se caracteriza por su alta representación a nivel turístico, aunque los avances son ya significativos. Es tarea de las empresas relacionadas y de las autoridades locales y nacionales, el complementar el giro económico valioso que aporta Guayaquil al Ecuador, para también dar cabida a otras actividades relevantes que permitirán dar a conocer los maravillosos atributos turísticos que encierra esta ciudad de progreso.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS⁴

-
- ⁴ Daza Higuera, José Manuel. (2013, Julio). Análisis de la medición de calidad en los servicios hoteleros. Bogotá – Colombia. pp.
- Deming, W. E., & Medina, J. N. (1989). Calidad, productividad y competitividad: la salida de la crisis. Ediciones Díaz de Santos.
- López Fernández, María Concepción & Serrano Bedía, Ana María. (2001). Dimensiones y medición de la calidad de servicio en empresas hoteleras. Universidad de Cantabria. pp. 2-7.
- Meléndez, S. Ángela (2015). Revista Gestión, economía y sociedad. Publicación mensual. Edición 250. Abril – Mayo 2015. Editada por la consultora Multiplica. Quito -Ecuador.
- Monteverde Valenzuela, María de los Ángeles. (2014). Ambiente laboral, aprendizaje y competitividad en la pequeña y mediana empresa. Revista internacional Administración & Finanzas. Volumen 7, número 2. pp. 95-97.
- Sánchez-Ollero, José Luis., García-Pozo, Alejandro. & Marchante-Mera, Andrés J. (2014). Análisis de la incidencia de las certificaciones de calidad sobre la productividad de los hoteles en Andalucía. Universia Business Review. p.3.
- Referencias de sitios web
- Banco Central del Ecuador. (2016). <https://www.bce.fin.ec>
- Ministerio de Turismo de Ecuador. (2016). <http://www.turismo.gob.ec>
- M.I. Municipio de Guayaquil. (2016). <http://www.municipioguayaquil.gob.ec>
- Organización Mundial del Turismo. (2016). <http://www2.unwto.org/es>