

Factores internos determinantes de la competitividad de las empresas del sector turístico de Cali



Factores internos determinantes de la competitividad de las empresas del sector turístico de Cali

Informe final de investigación

Autora:

Diana Leidy Guerrero Sánchez
Dra. Dirección de Empresas UV
Docente –Investigadora
dlguerrero@unicatolica.edu.co



SelloEditorial
UNICATÓLICA

Informe final de investigación
Factores internos determinantes de la competitividad de las
empresas del sector turístico de Cali

©Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium
©Grupo de Investigación Interdisciplinario en Conocimiento
Organizacional - GIIICO
ISSN: 2539-0732
Primera edición, noviembre de 2019

Investigadora: Diana Leidy Guerrero Sánchez

Canciller

Mons. Darío de Jesús Monsalve Mejía

Rector

Harold Enrique Banguero Lozano

Vicerrectora Académica

Luz Elena Grajales López

Director de Investigaciones

Fabio Alberto Enríquez Martínez

Coordinadora Sello Editorial

Jasmín Elena Bedoya González

Gestión Editorial

Sello Editorial UNICATÓLICA
Dirección de Investigaciones

Corrección de estilo y diagramación

Isabel Cristina Ramírez

Foto de portada: tomada de www.freepik.es

Fundación Universitaria Católica Lumen Gentium
Cra. 122 No. 12 - 459 Pance
Conmutador: (572) 312 00 38 ext. 1120
www.unicatolica.edu.co
Cali, Valle del Cauca - Colombia

El contenido de esta publicación no compromete el pensamiento de las instituciones, es responsabilidad absoluta de sus autores.

CONTENIDO

1. RESUMEN	7
2. INTRODUCCIÓN	8
3. JUSTIFICACIÓN Y MARCO TEÓRICO	10
3. METODOLOGÍA.....	12
4. RESULTADOS.....	14
5. CONCLUSIONES.....	16
6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	17
8. ANEXOS.....	20

1. RESUMEN

La presente investigación permitió identificar las características sobre los factores internos de la competitividad empresarial del sector turístico de Cali. Se realizó un estudio de tipo exploratorio-descriptivo con un enfoque cuantitativo al aplicar una encuesta a 409 empresarios del sector, sobre aquellos factores internos de la gestión organizativa que inciden en su nivel de competitividad. De los resultados, fue posible establecer que el nivel de competitividad de las empresas es más recurrente en presencia de actividades organizativas que conllevan a la gestión financiera y comercial. Finalmente, este estudio permitió reconocer las fortalezas y debilidades en el desempeño organizativo de las empresas de dicho sector, que les permite ser más competitivas.

Palabras claves: competitividad, factores internos, turismo.

2. INTRODUCCIÓN

Dentro del crecimiento económico de los servicios, el sector turístico es considerado un eje importante para el desarrollo de las diferentes actividades de los operadores turísticos de Colombia, destacándose por diversas actividades de turismo de tipo litoral (sol y playa) y proyectándose hacia otros tipos de turismo que recientemente demuestran su potencial en actividades de montaña o el ecoturismo (Botero y Zielinski, 2010).

Es así como “la necesidad de transformar el sector turístico para dar respuesta a los cambios en la demanda, exige cambios en las organizaciones que conlleve a la implementación de estrategias competitivas” (Izard y de Catalunya, 1999, p.73). El departamento del Valle se ha consolidado como un destino turístico potencial a nivel nacional e internacional, ya que recientemente, para el año 2018 el PIB nacional del sector turístico fue del 2,8%, y la participación de este departamento fue del 6,4%, con una tasa de ocupación de los establecimientos de alojamiento y hospedaje del 42% aproximadamente durante el mes de junio del año 2017, un promedio similar a la tasa de ocupación general del 40,4% (SITUR, 2017), siendo las actividades hoteleras las de mayor representación dentro del sector turístico, en función de la articulación de otros operadores de servicios turísticos que integran la cadena del valor del sector turismo en la región.

Por lo anterior, este proyecto de investigación estudia la situación actual de las empresas turísticas (hoteles, restaurantes y agencias de viajes), a partir de los procesos organizativos que les permite a las mismas establecer estrategias y gestionar sus recursos. De manera que, el objetivo es identificar los factores internos que determinarán la competitividad empresarial

y que de alguna manera contribuyen a impulsar la competitividad de las empresas turísticas en Cali.

La obtención del propósito de la investigación se desarrolló mediante la ejecución de las siguientes fases:

1. Revisión del problema y estado del arte, mediante la descripción de los antecedentes y teorías que sustentan el proyecto.
2. Desarrollo de la metodología propuesta que implicó el cálculo de la muestra, elaboración del instrumento y aplicación de la prueba piloto para la valoración previa del instrumento de recolección de la información, y su aplicación mediante siete variables (cultura organizativa, gestión financiera, comercial/marketing, calidad y servicio al cliente, recurso humano y tecnología e innovación) y posteriormente; se presentan los resultados de la investigación y las conclusiones del estudio.

3. JUSTIFICACIÓN Y MARCO TEÓRICO

La falta de gestión, control y regulación en ciertas acciones y actividades que ejercen las empresas, minimizan la consolidación de aquellos procesos organizacionales que redundan en la prestación de servicios turísticos de calidad para la obtención de resultados competitivos en la región. De modo que, el contribuir en la determinación de los factores internos de la competitividad de las empresas del sector turístico, implica el identificar aquellos aspectos estratégicos y operacionales que ejercen las empresas mediante el uso de recursos, capacidades y/o actividades que generan diferenciación y ventajas competitivas direccionadas al mercado.

La competitividad es definida como la capacidad de un sector o de una industria para alcanzar sus objetivos de forma superior y sostenible respecto a los demás sectores en los niveles locales, nacionales e internacionales (Rice, 2018). Por otra parte, desde la competitividad empresarial en los sectores de actividad económica tanto a nivel de países desarrollados como en vías de desarrollo, se exige a las organizaciones ser eficientes y eficaces en el manejo de los recursos financieros, humanos, naturales, tecnológicos, entre otros, para poder enfrentar el reto que representa el mercado no solo nacional, sino fuera de las fronteras de sus países de origen (Labarca, 2007).

Lee y King (2006) citados por Andrades, Belinchón, y Revollo, (s.f, p. X, mencionan que la mayoría de los investigadores han estudiado la competitividad turística de los destinos desde tres puntos de vista: el primero, los recursos y atractivos de los destinos turísticos (Crouch y Ritchie, 1999; Ritchie y Crouch, 2003; Dwyer et al., 2004); el segundo, la gestión de los

destinos y estrategias de marketing (Buhalis, 2000; Go y Govers, 2000; Kozak, 2001); y el tercero, la competitividad analizada desde una perspectiva ambiental (Mihalic, 2000), siendo menos recurrentes las investigaciones que estudian las ventajas competitivas de las empresas desde los aspectos internos que caracterizan su desempeño organizativo para hacer de esos, destinos competitivos.

Así la competitividad empresarial se enmarca en la comprensión de las dinámicas organizativas de gestión que enfrentan las empresas tanto interna como externamente, desde una perspectiva de gestión estratégica que demanda el manejo eficiente de los recursos y capacidades organizativas. De manera que, desde la teoría clásica de la administración se hace énfasis en aquella estructura que la organización debe poseer y su objetivo se centra en la búsqueda de la eficiencia de las organizaciones y de todas las partes involucradas (Vargas y Aldana, 2007).

Entre tanto, Quinn y Rohrbaugh (1983) plantean un modelo de procesos internos que analiza el rendimiento de la empresa, considerando como punto de equilibrio la calidad, la flexibilidad en el desarrollo de los recursos humanos y el control en el manejo de la comunicación y la información; Juárez, López y Flores (2013) por su parte analizan los factores internos competitivos de las empresas, resaltado entre ellos la calidad, la formalización, el recurso humano, la orientación al mercado/sostenibilidad, el marketing y la satisfacción al cliente. Adicionalmente, López (2009), Tsai, Song y Wong (2009) destacaron aspectos internos como la capacidad de innovación la formalización y los recursos tecnológicos.

Por lo anterior, la eficiencia en los recursos y las capacidades son características fundamentales para el desarrollo de los diferentes los procesos estratégicos y operativos que permiten establecer aquellos factores internos (cultura organizativa, gestión financiera, gestión comercial/marketing, calidad y servicio al cliente, recurso humano y tecnología e innovación),

mediante los que se determina la competitividad de las empresas particularmente en las organizaciones de servicios turísticos que es lo que atañe a esta investigación.

3. METODOLOGÍA

La población objeto de estudio en esta investigación estuvo conformada por establecimientos turísticos tales como: hoteles, restaurantes y agencias de viajes. Dicha población es finita, según cifras aportadas por SITUR, en contraste con la Cámara de Comercio de Cali, en donde las empresas formalizadas representaron aproximadamente 354 establecimientos y los no formalizados son 2094. Se realizó un muestreo estratificado a una población de 3152 establecimientos de hospedajes, entre los hoteles, restaurantes y agencias de viajes (ver Tabla 1), considerando la representación por actividad dentro del sector y el incremento de la tasa de ocupación de los mismos en los últimos años. Finalmente, se aplicó un total de 409 encuestas a empresas con las características señaladas.

Tabla 1: estratificación de la muestra.

EMPRESAS	SI	NO	TOTAL	T .M ESTRATIFI- CADA
HOTELES	354	2094	2448	266
AGENCIAS DE VIAJES	453	1	454	49
ESTAB. GASTRONÓMI- COS	68	24	92	10
OTROS	156	2	158	17
TOTAL SECTOR TURÍSTICO	1031	2121	3152	343

Fuente: SITUR, (2017)

La fuente de recolección de la información fue un cuestionario que valoró preguntas de opción múltiple y dicotómicas en el caso de la caracterización

del perfil de las empresas, además se aplicaron preguntas de escala tipo Likert para el caso de las variables que evaluaban los cinco factores internos (gestión financiera, comercial y marketing, calidad y servicio al cliente, capacidades directivas y recursos humanos, capacidades de tecnología e innovación). El cuestionario fue aplicado a gerentes y administradores de los establecimientos turísticos durante los meses de agosto a octubre de 2019 (Anexo 1). Se realizó el análisis estadístico de fiabilidad interna de las escalas, el software utilizado para el cálculo de los parámetros estadísticos, fue el programa SPSS versión 25.

4. RESULTADOS

La estadística según Spiegel (1991), es una ciencia que proporciona técnicas precisas para recoger, organizar, resumir y analizar datos, así como para sacar conclusiones válidas y tomar decisiones razonables basadas en tal análisis. Por otra parte, señala también que la estadística proporciona además métodos para el análisis y comprensión de las dinámicas de dicha información. Lo anterior apoya una idea de la estadística como herramienta fundamental para una descripción apropiada e intuitiva de los datos presentados en cualquier campo del saber.

Para este proyecto de investigación se utilizó la estadística como herramienta esencial para una comprensión más amplia y objetiva de las dinámicas que se presentaron en el desarrollo del estudio, para la determinación de los factores internos que permiten la competitividad empresarial. Los análisis realizados comprendieron tanto la estadística descriptiva para la caracterización y análisis unidimensional de las variables; como los enfoques de la estadística inferencial para el testeo de hipótesis, análisis de contraste, asociación de variables para análisis bidimensionales y/o multivariados. El software utilizado para el cálculo de los parámetros estadísticos, para las gráficas y para las pruebas estadísticas fue el SPSS versión 25. Previo al análisis estadístico proveniente del instrumento aplicado, fue de vital importancia conocer la fiabilidad de los resultados o respuestas brindadas por los participantes. El análisis estadístico de fiabilidad interna es propicio para este fin, ya que permite precisamente validar la fiabilidad de los datos y respuestas obtenidas; que al ser confiables permitieron inferir que los resultados que se derivaron del análisis son objetivos y acertados.

Uno de los estadísticos más utilizados para calcular dicha fiabilidad es el alfa de Cronbach, el cual fue empleado para estimar la fiabilidad inter-

na del instrumento a través del conjunto de ítems que permitieron medir el mismo constructo o dimensión teórica. De acuerdo a los criterios de George y Mallery (2003) se sugiere tener en cuenta las magnitudes de los coeficientes y ser clasificados como sigue a continuación:

- Coeficiente alfa $>.9$ es excelente.
- Coeficiente alfa $>.8$ es bueno.
- Coeficiente alfa $>.7$ es aceptable.
- Coeficiente alfa $>.6$ es cuestionable.
- Coeficiente alfa $>.5$ es pobre.
- Coeficiente alfa $<.5$ es inaceptable.

Para analizar la fiabilidad de los resultados de las respuestas de los participantes de la encuesta se calculó el coeficiente de Cronbach a través del software estadístico, obteniéndose los resultados excelentes con un alfa de Cronbach del 9.40 para las 40 variables evaluadas.

Los hallazgos del análisis estadístico de las variables de estudio permitieron realizar la caracterización de las organizaciones por ubicación, razón social, cargo, nivel educativo y tipo de empresa. Además, se contempló la tipología de turismo, siendo el más representativo el turismo gastronómico con 264 compañías y de naturaleza con 230 empresas respectivamente¹.

Por otro lado, los resultados indican que los factores internos que determinan en mayor medida la competitividad empresarial son la gestión financiera y comercial, seguido del recurso humano con un nivel de aplicación alto, superior al 4,2 % en las variables señaladas.

1 Frente a los presentados se reserva el derecho de divulgación total para posteriores publicaciones en revista institucional o indexada.

5. CONCLUSIONES

La gestión del turismo no solo tiene en cuenta el cumplimiento de la normativa vigente mediante la evaluación de los servicios turísticos ofertados, sino también, las exigencias cambiantes que exigen un manejo eficiente de los recursos y capacidades de las organizaciones que permiten su competitividad en el mercado.

La competitividad empresarial de las empresas turísticas está determinada por procesos que implican la optimización de los recursos mediante una planeación financiera eficiente y una gestión comercial, que no solo permite evidenciar procesos de proyecciones de ventas, sino además procesos de respuestas rápidas a clientes, uso de medios digitales y estrategias de posicionamiento.

Finalmente, esta investigación sirve de insumo para diagnosticar aquellos procesos internos que efectivamente inciden en la competitividad de las empresas del sector turístico de Cali, reconociendo la particularidad de las empresas estudiadas, así como su nivel de gestión organizativa.

6. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Andrades, L., Belinchón, M. y Revollo, F. J. (2013). Análisis de los factores determinantes de la competitividad turística de Andalucía: Aproximación a través del modelo de Rasch. Serie Estudios del IUDE, (11112).
- Botero, C. y Zielinski, S. (2010). Evaluación del potencial para el desarrollo de turismo sostenible en el corregimiento de Taganga, distrito de Santa Marta (Colombia). *Turismo y Sociedad*. 11 10-34.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21, 97- 116.
- Crouch, G. I. y Ritchie, J. R. B. (1999). Tourism, competitiveness, and societal prosperity. *Journal of Business Research*, 44 (3), 137-152.
- Dwyer, L., Mellor, R., Livaic, Z. Edwards, D. and Kim, C. (2004). Attributes of Destination Competitiveness: A factor analysis. *Tourism Analysis*, 9 (1-2), 91-102.
- Esser, K., Hillebrand, W., Messner, D. & Meyer-Stamer, J. (1995). Competitividad sistémica. *Textos de Economía*, 6 (1), 171-203.
- Juárez, J. R., López, T. G. y Flores, M. C. (2013). Diagnóstico de factores de competitividad de una empresa Hotelera. *Revista Ciencia Administrativa*, (2), 9-18.
- Go, F. M., y Govers, R. (2000). Integrated quality management for tourist destinations: a European perspective on achieving competitiveness. *Tourism Management*, 21, 79-88.

- Izard, O. M. y de Catalunya, G. (1999). Visión estratégica de las organizaciones virtuales en el turismo. Aprovechamiento de las tecnologías y la comunicación y la información en la competitividad de las empresas turísticas. *Estudios turísticos*, (142), 73-84.
- Kozak, M. (2001). Repeaters' behavior at two distinct destinations. *Annals of Tourism Research*, 28 (3), 784-807.
- Labarca, N. (2007). Consideraciones teóricas de la competitividad empresarial. *Omnia*, 13 (2), 158-184.
- Lee, C. F. y King, B. (2006). Assessing destination competitiveness: An application to the hot springs tourism sector. *Tourism and Hospitality Planning and Development*, 3 (3), 179-197. doi:10.1080/14790530601132328.
- Martínez López, A.M. (2009). Innovation in the spanish tourism industry: Factors determining the innovate capacity of the Spanish hotel sector, using the approach of the strategic management process. *European Journal of Tourism Research*, 2 (2), 194-196.
- Mihalic, T. (2000). Environmental management of a tourist destination: A factor of tourism competitiveness. *Tourism Management*, 21, 65-78.
- Quinn, R. E. y Rohrbaugh, J. (1983). A spatial model of effectiveness criteria: Towards a competing values approach to organizational analysis. *Management science*, 29 (3), 363-377.
- Rice, E. A. B. (2018). El papel de la Ventaja Competitiva en el desarrollo económico de los países. *Revista Análisis Económico*, 28 (69), 55-78.

- Ritchie, J. R.B., and G.I. Crouch (2003). *The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective*. Wallingford, UK: CABI.
- SITUR. (2017). *Caracterización de la oferta turística para Cali, Valle del Cauca y resto del Valle*. Recuperado de <http://www.siturvalle.com/storage/Cientes/Gobernacion/Situr/imagenes/contenidos/1171-OFERTA%20Abril%202017.pdf>
- Spiegel, M. R. (1991). *Principios estadísticos*. *Universia Bussiness Review*, 82-95.
- Tsai, H., Song, H. y Wong, K. (2009). *Tourism and hotel competitiveness research*. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 26 (5-6), 522-546.
- Vargas, M. y Aldana, L. (2007). *Calidad y servicio. Conceptos y herramientas*, 1.

8. ANEXOS

Anexo 1

Las actividades desarrolladas dentro del grupo de investigación que dieron cumplimiento al estudio sobre los factores internos que inciden en la competitividad de las empresas del sector turístico de Cali fueron:

PLAN DE TRABAJO DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN				
OBJETIVO GENERAL: DETERMINAR LOS FACTORES INTERNOS QUE INCIDEN EN LA COMPETITIVIDAD DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR TURÍSTICO DE CALI.				
MES	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD	PRODUCTO ESPERADO	LÍNEA DE INVESTIGACIÓN	% DE EJECUCIÓN
02/2019	Búsqueda de material bibliográfico	Revisión bibliografía	Innovación, desarrollo tecnológico y competitividad	100 %
03/2019	Lectura de material bibliográfico	Resúmenes y ensayos del marco teórico	Innovación, desarrollo tecnológico y competitividad	100 %
05/2019	Revisión del problema, objetivos y estado del arte	Planteamiento del problema de investigación, planteamiento de objetivos y elaboración del marco teórico	Innovación, desarrollo tecnológico y competitividad	100 %
07/2019	Identificar y definir los factores internos - que determinan la competitividad de las empresas del sector turístico	Descripción de los factores internos según literatura (elaboración del marco teórico)	Innovación, desarrollo tecnológico y competitividad	100 %
08/2019	Elaboración del cuestionario y determinación de la muestra	Cuestionario y número de empresas a encuestar	Innovación, desarrollo tecnológico y competitividad	100 %
9/2019	Trabajo de campo. Aplicación de encuestas	409 encuestas diligenciadas por empresas del sector turístico	Innovación, desarrollo tecnológico y competitividad	100 %
11/2019	Tabulación y análisis de datos de las encuestas	Resultados de las encuestas aplicadas.	Innovación, desarrollo tecnológico y competitividad	100 %
12/2019	Elaboración del informe	Informe final y elaboración de artículo	Innovación, desarrollo tecnológico y competitividad	100 %



UNICATÓLICA
FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA
LUMEN GENTIUM

Vicerrectoría Académica
Dirección de Investigaciones
Sello Editorial UNICATÓLICA