

LOS FACTORES DE ÉXITO EN LAS EMPRESAS DE HOSPEDAJE Y DESAYUNO (BED & BREAKFAST) 4 Y 3 DIAMANTES DEL ESTADO DE GUANAJUATO.

Lorenzo Campos Alvarado

Casa de Liza, Bed and Breakfast,

Eugenio Guzmán Soria

Instituto Tecnológico de Celaya

eugenio@itc.mx

Ofelia Campos Olalde

Instituto Tecnológico de Celaya

Ocampos@itc.mx

Ma. Teresa de la Garza Carranza

Instituto Tecnológico de Celaya

tgarza@itc.mx

Resumen

La industria turística, llamada por muchos “la industria sin chimeneas”, es una de las actividades económicas con mayor impulso en México, la inmigración de adultos extranjeros con fines de inversión, ha provocado sin duda la aparición de unidades económicas denominadas Bed and Breakfast. La finalidad del trabajo es realizar un análisis de los factores de éxito administrativo de estos negocios ubicados en las diferentes ciudades coloniales del Estado de Guanajuato. Los resultados encontrados indican que la atención al cliente, rapidez en el servicio, calidez, ambiente familiar, calidad en el servicio y atención personalizada son los moets del éxito en estas empresas familiares, por lo que se debe de buscar, un sistema de mejora continua en todos sus procesos, para mantener un estándar adecuado de calidad en el servicio que se presta. El acceso a la tecnología motiva a la preferencia de estos establecimientos y se refleja como una ventaja competitiva; así como los servicios complementarios: diversión, relajación, información turística y visitas guiadas que se localicen en el destino.

PALABRAS CLAVE: industria turística, ciudades coloniales, servicios de calidad, éxito administrativo.

CLASIFICACIÓN JEL: M19

1. Introducción

El turismo es un factor realmente importante para el desarrollo socioeconómico y cultural de un país, dada la diversidad de actividades favorables que traen bonanzas económicas: “Es un instrumento generador de divisas, al ser una actividad que canaliza una inversión para producir una expansión económica general; genera asimismo un mercado de empleos diversificado con una inversión relativamente baja en comparación con otros sectores de la economía; genera una balanza de pagos favorables y sobre todo desarrolla las actividades económicas locales” (SE, 2007).

Como industria es un fenómeno que ha venido adquiriendo una presencia creciente en la dinámica internacional. Para muchas naciones y regiones del mundo constituye una de sus actividades fundamentales, generadoras de ingreso, empleo y desarrollo. Por sus características tiene importante impacto en el resto de los sectores económicos y en las relaciones sociales tanto de los lugares donde se practica, como en los países de origen de los visitantes, que retoman portadores de nuevas experiencias y de otra visión. Sin embargo, comprender el carácter de la actividad turística y sus relaciones con el medio ambiente, permitirá una convivencia armoniosa entre naturaleza y turismo, de forma tal que no sufran alteraciones los ecosistemas donde se desarrolla esta actividad, y por consecuencia hacer frente a las necesidades turísticas presentes sin poner en riesgo la capacidad de las futuras generaciones para atender sus propias necesidades (Pedraza, 2007).

La actividad económica turística permite una captación de divisas, supone un ahorro interno, un proceso integral redistributivo y es un satisfactor de necesidades psico económico sociales debido a la creación de puestos de trabajo, desarrollo de los recursos humanos e inversiones, lo que genera a la postre un efecto multiplicador en la economía del sector, es decir, un mayor incremento en el gasto turístico que repercute sobre el ingreso y multiplica sus efectos (SECTUR, 2007a).

Por sus características, el turismo tiene importante impacto en el resto de los sectores económicos y en las relaciones sociales tanto de los lugares donde se practica, como en los países de origen de los visitantes, que retoman portadores de nuevas

experiencias y de otra visión. Sin embargo, comprender el carácter de la actividad turística y sus relaciones con el medio ambiente, permitirá una convivencia armoniosa entre naturaleza y turismo, de forma tal que no sufran alteraciones los ecosistemas donde se desarrolla esta actividad, y por consecuencia hacer frente a las necesidades turísticas presentes sin poner en riesgo la capacidad de las futuras generaciones para atender sus propias necesidades (SECTUR, 2007b).

La globalización es un fenómeno, que afecta a la estructura de las sociedades, los gobiernos y las formaciones culturales. La información no tiene un único origen local y se difunde de un modo muy veloz a todo el mundo, el ocio y el turismo crecen hasta niveles insospechados; más con la tendencia a la total privatización de los negocios turísticos no es fácil para los países en vías de desarrollo controlar que se respeten los atributos de la identidad nacional pues quienes determinan qué cultura van a difundir en los destinos turísticos son los inversionistas y empresarios, nacionales y extranjeros, dueños de los hoteles y demás productos turísticos, que priorizan los beneficios ignorando las consecuencias.

El desarrollo sustentable del turismo va indisolublemente ligado al concepto de capacidad de carga o capacidad turística o capacidad de acogida. El concepto hace referencia al uso máximo que pueda hacerse de un lugar sin causar deterioro de sus recursos, rebajar los niveles de satisfacción de los visitantes o generar impactos adversos sobre la sociedad, la economía o la cultura local.

El turismo sustentable es, "Un modelo de desarrollo económico concebido para mejorar la calidad de vida de la comunidad receptora, facilitar al visitante una experiencia de alta calidad del medio ambiente del que tanto la comunidad anfitriona como los visitantes depende" (SECTUR, 2007c).

Los Bed and breakfast son el ejemplo típico del turismo sustentable, en su nivel más básico, un Bed & breakfast es una casa especialmente acondicionada o un hotel pequeño, en donde podrá pasar la noche y disfrutar a la mañana siguiente de un desayuno completo por un precio mucho más módico que el de un hotel.

Los Bed and breakfast comenzaron a florecer a principios de la década de los ochentas, pero hoy en día se cuentan por miles alrededor de todo el mundo especialmente en ciudades coloniales

Los factores de éxito en las empresas de hospedaje y desayuno (bed & breakfast) 4 y 3 diamantes.

y culturales como el Estado de Guanajuato. Esto es así en gran parte porque son servicios turísticos que proporcionan una atmósfera de calidez y familiaridad, donde se puede entrar en contacto sin problemas con sus dueños y con un gran número de otros huéspedes, algo que los hoteles tradicionales simplemente no pueden ofrecer. La mayoría de los Bed and breakfast son administrados y atendidos por sus propios dueños, quienes a menudo viven en el mismo local. Y es por lo anterior, que es natural esperar que los posaderos que viven en sus propias posadas, tengan una perspectiva diferente del trabajo y la atención que alguien que trabaja detrás de la recepción del hotel a cambio de un salario, y sólo espera que llegue la hora de marcharse a su casa para olvidarse del trabajo (Campos y Guzmán, 2007).

El Estado de Guanajuato es un destino por excelencia cultural, debido a que cuenta con varias ciudades coloniales, lo que atrae al turismo nacional e internacional hecho que provoca la proliferación del negocio de los Bed and breakfast, desafortunadamente no existe una guía que indique primeramente los pasos para crear e invertir en este tipo de negocios por parte de los extranjeros que llegan a vivir en esta bella tierra, y segundo que identifique los factores que conllevan a un éxito asegurado.

La mayoría de este tipo de empresa no esta bajo el contesto de la ley y por si fuera poco se administra de una manera empírica, lo que implica que se comentan muchos errores, y muchas de las veces conllevan a un rotundo fracaso. Se trabaja sin tomar en cuenta la calidad en el servicio y la atención al cliente, por lo tanto se debe buscar una certificación por parte de una organización internacional que marque lineamientos a seguir y que otorgue un reconocimiento a la empresa que implemente procesos de calidad para la correcta satisfacción del cliente.

Las hipótesis a probar fueron: 1) en los Bed and breakfast 4 diamantes del Estado de Guanajuato los principales factores del éxito son la calidad total, el servicio al cliente, rapidez en el servicio, atención personalizada, rapidez de respuesta, la calidez en el servicio así como la limpieza de las instalaciones y 2) los clientes que han estado hospedados en alguno de los Bed and breakfast 4 diamantes del estado regresan y recomiendan el lugar, debido a la calidad de los servicios que se proporcionan.

2. Materiales y Métodos

En este trabajo de investigación se utilizó el método descriptivo cualitativo, el cual consistió en la utilización de encuestas, vía las cuales se recogieron también opiniones personales y se describen las interpretaciones que hacen las personas implicadas en el estudio.

De acuerdo a la certificadora internacional American Asociation of Alternative Lodging (AAAL, 2006-2007); empresa calificadora del servicio turístico, gran turismo. Existen en el estado 38 Bed and breakfast, incluyendo los de uno y dos diamantes. Se realizó el estudio en hoteles Bed and breakfast certificados con 4 y 3 diamantes, y así; determinar que se están dejando de hacer, administrativamente, en este tipo de negocios que no les permite obtener el 4 diamante. Se utilizó el 100% (15 hoteles) de la población objetivo para la obtención de información de campo:

Guanajuato Capital: Casa de la Valenciana 3 diamantes, Quinta las Acacias 4 diamantes y Parador San Javier Guanajuato 3 diamantes

Dolores Hidalgo: Posada Hidalgo 3 diamantes

San Miguel de Allende: Casa Schuck 3 diamantes, Antigua Villa Santa Mónica 3 diamantes, Casa de Liza 4 diamantes, Casa de Sierra Nevada 4 diamantes, Casa Puesta del Sol 3 diamantes, Hacienda de las Flores 3 diamantes, Hacienda El Santuario 3 diamantes, Villa Jacaranda 3 diamantes, La Puertecita Boutique 4 diamantes, Villa Mirasol 3 diamantes y Villa Rivera 3 diamantes.

3. Resultados y Discusión

Los Bed and breakfast del Estado de Guanajuato en las categorías tres y cuatro diamantes trabajan con calidad en los servicios, atención al cliente y rapidez en la respuesta de atención. Por consiguiente se comprueba la primera hipótesis debido a que 90% de estas empresas de servicio turístico trabajan con calidad. Sobre las instalaciones de los Bed and breakfast en la categoría de tres y cuatro diamantes en el Estado de Guanajuato se encontró que, un 80% manifestó proporcionar comodidad en un ambiente tranquilo con un toque de lujo y servicio; mientras que 20% mencionó proporcionar hospitalidad, en un espacio agradable con todas las comodidades al alcance del cliente. Por lo que se recomienda instalar un plan en las empresas para ofrecer servicios, más integrales sin perder de vista la mejora continúa.

Los factores de éxito en las empresas de hospedaje y desayuno (bed & breakfast) 4 y 3 diamantes.

Se encontró que en los Bed and breakfast encuestados, consideran que la calidad se encuentra en los siguientes beneficios para el cliente: calidad en el servicio, atención al cliente, rapidez de respuesta, comodidad y limpieza, servicios complementarios. Por lo que se comprueba que en un 80% la rapidez de respuesta y la limpieza de las instalaciones contribuyen al éxito administrativo, mientras que la atención personalizada solo contribuye en 20% (figura 1). En lo referido a la capacidad de respuesta a las necesidades de los clientes se encontró que, en un 85% es de manera inmediata y eficaz, en un 10% de manera rápida, y en 5% de manera moderada; es por esto que se debe capacitar al personal operario para que se eficiente aún más en capacidad de respuesta (Figura 2).

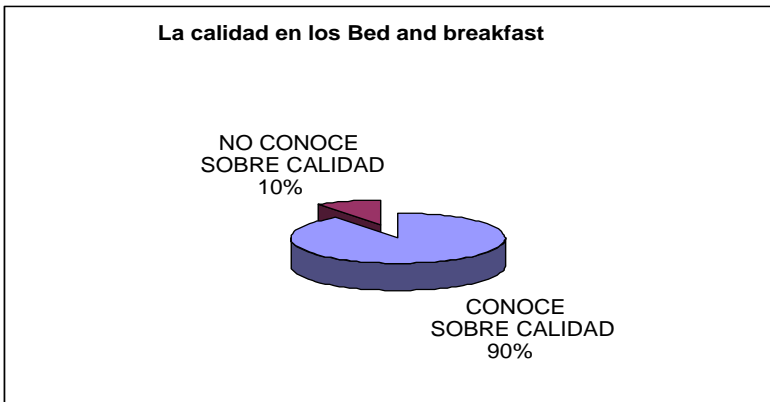


Figura 1- Reconocimiento de la Calidad

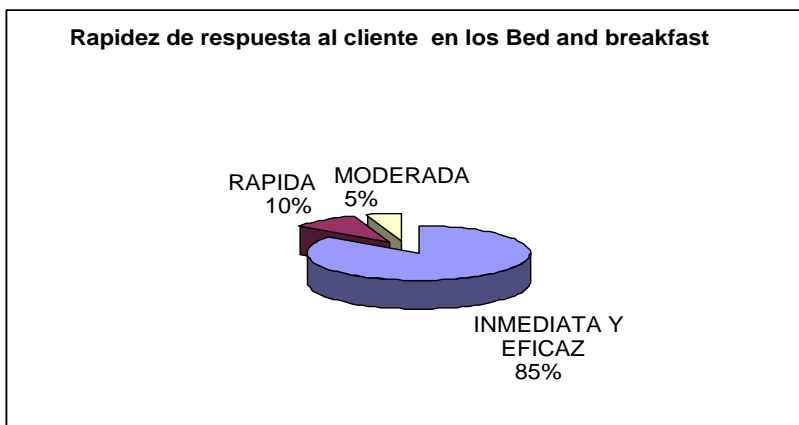


Figura 2. Percepción de la rapidez de respuesta

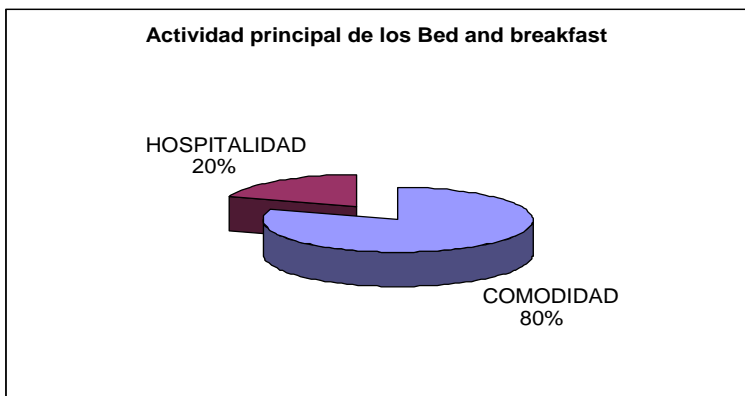


Figura 3. Percepción sobre la actividad

Los factores de éxito en las empresas de hospedaje y desayuno (bed & breakfast) 4 y 3 diamantes.

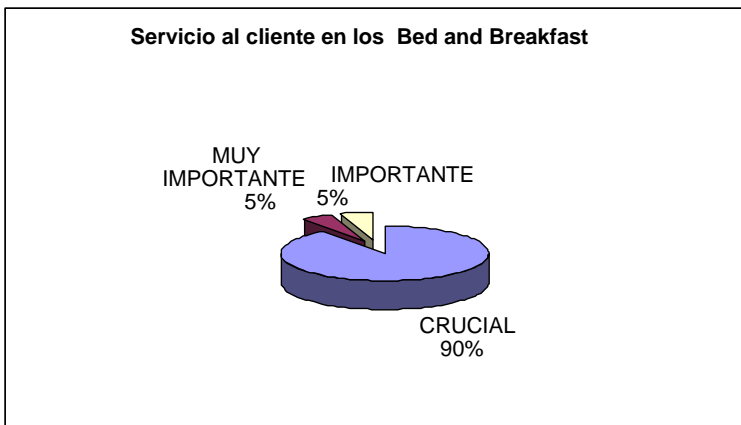


Figura 4. Servicio al cliente

En los Bed and breakfast 3 y 4 diamantes del estado se encontró que, el servicio y la atención al cliente para 90% de los encuestados es de suma importancia y lo manejan como esencial para decir que se trabaja con calidad; para un 5% es importante pero no crucial y otro tanto la considera como importante (figura 4). También, cabe resaltar que este tipo de establecimientos en el estado, se mantienen a la vanguardia informativa respecto a los distintos aspectos que integra la certificación AAAL de la siguiente manera: 97% en la totalidad de los aspectos, 1.5% en casi la totalidad de los aspectos y por ultimo 1.5% en algunos de los aspectos.

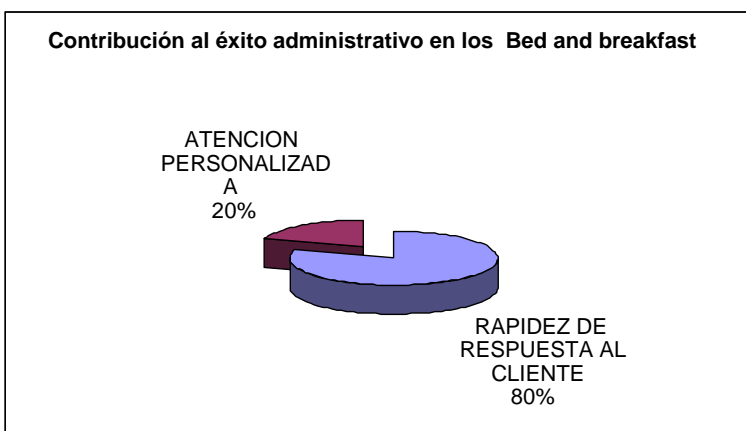


Figura 5. Factores que Contribuyen al éxito administrativo

En los Bed and breakfast tres y cuatro diamantes, el cliente da la pauta para seleccionar cuales son las prioridades a mostrar en dichos establecimientos: 50% atención personalizada, 20% la rapidez con que se responde a sus necesidades, 10% la calidez y atención con que se le presta el servicio, 10% los servicios que en si el establecimiento proporciona, 5% la ubicación del establecimiento y por último en un 5% la seguridad del servicio en general (Figura 6).

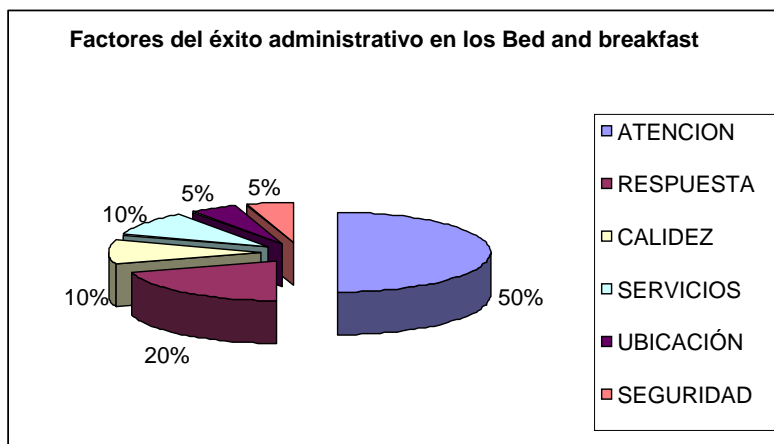


Figura 6. Factores de Éxito

Los factores de éxito en las empresas de hospedaje y desayuno (bed & breakfast) 4 y 3 diamantes.

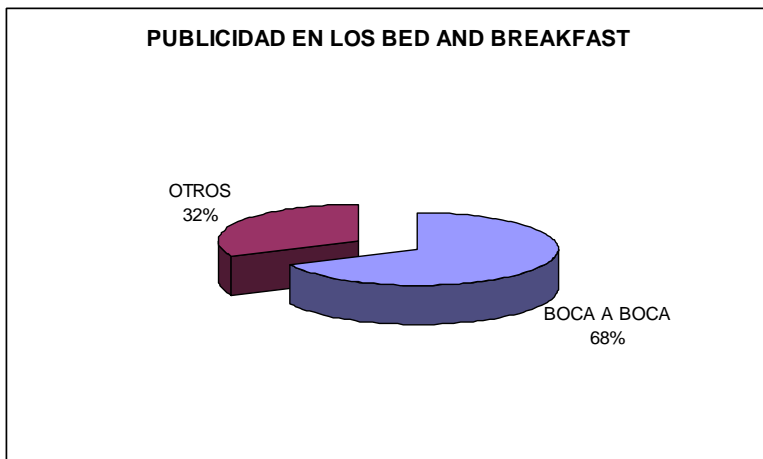


Figura 7. Publicidad

Por otra parte, con respecto a la hipótesis 2 se encontró que, en los Bed and breakfast del Estado de Guanajuato la publicidad más eficaz es la que los mismos clientes, que se han hospedado en estos lugares, realizan con sus familiares, amigos y conocidos. La proporción de acuerdo a la información obtenida fue de 68% recomendación boca a boca y 32% otros medios (Figura 7). También se encontró que, un 75% de los clientes que se han hospedado en un Bed and breakfast, certificado con cuatro o tres diamantes regresa en repetidas ocasiones a hospedarse de nueva cuenta, mientras que la proporción restante, busca otra alternativa diferente en su regreso al mismo destino cultural

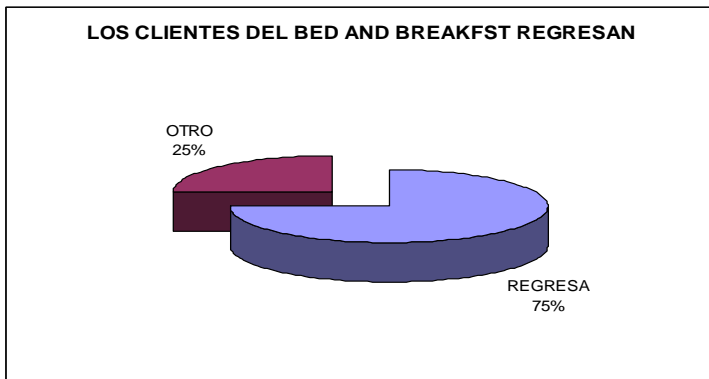


Figura 8. Repeitición de los clientes

También se encontró que este tipo de empresas operan bajo los siguientes lineamientos:

- De 3 a 15 habitaciones no estandarizadas
- De 4 a 15 empleados
- Servicios varios de 3-5 incluyendo alimentos, bebidas e Internet.
- Áreas comunes de 4-6

En resumen se puede mencionar que para las empresas encuestadas los factores del éxito son: la calidad en la prestación del servicio, el servicio al cliente, la rapidez de respuesta, la hospitalidad y la comodidad de las instalaciones. Cabe resaltar, que por el tipo de turismo que se recibe la limpieza y el orden juegan un papel de suma importancia así como la comunicación; esto conlleva a estar continuamente informándose de las tendencias mundiales respecto a las pautas de comportamiento en cuanto a gustos y preferencias de los turistas tanto nacionales como extranjeros.

4. Conclusiones

La atención al cliente, la rapidez de respuesta, la calidad total, la atención personalizada, rapidez de respuesta, el énfasis en el servicio al cliente y la limpieza de las instalaciones deben de ser los valores fundamentales para la operación diaria de este tipo de empresas turísticas. La atención personalizada dará la sensación de importancia y de estar en casa. Y sin duda el cliente buscará ser el ingrediente principal en la convivencia durante su estancia en este tipo de negocios, al querer a su manera la atención en todos y cada uno de los servicios de hotel que solicite.

Sin duda la mejor publicidad que de los Bed and breakfast es la recomendación boca a boca, que los clientes asiduos a este tipo de negocios hacen por el buen servicio y la calidad con que se les trata. A demás de ser una garantía para que el mismo cliente regrese.

Como es característica principal en las empresas familiares mexicanas, los Bed & breakfast no fueron la excepción, la gran mayoría de los dueños empezó a operar de una manera empírica y rudimentaria, a través de los años de operación se vieron en la necesidad de empezar a aplicar herramientas administrativas que se han ido adecuando dependiendo del tamaño del negocio.

Los factores de éxito en las empresas de hospedaje y desayuno (bed & breakfast) 4 y 3 diamantes.

En su mayoría los huéspedes de los Bed and breakfast son extranjeros, por ende su personal es bilingüe, esto es crucial para mantener una buena relación con ellos y para poder prestar el servicio más adecuadamente.

Los Bed and breakfast en el estado que operaban con calidad, no se certificaban por que desconocían a las empresas certificadoras y por que desconocían las ventajas que este procedimiento traía implícito para el beneficio del negocio. Sin embargo son pocas las que han logrado una certificación de calidad 4 diamantes, por que existe el temor a realizar cambios radicales.

Cabe resaltar también que el costo que el cliente esta dispuesto a pagar por el servicio personalizado es alto y esto debe ser bien considerado por los dueños y administradores de los Bed and breakfast para manejar de manera inequívoca las solicitudes que el cliente realice durante el periodo de visita.

Con respecto a los alimentos, el cliente de los Bed and breakfast prefiere productos naturales, frescos y de temporada; lo que se puede presentar como una ventaja competitiva del negocio para la prestación del servicio.

El acceso a los medios de comunicación y multimedia son otro factor que los dueños y administradores no pueden perder de vista, puesto que el visitante de los Bed and breakfast por lo general esta familiarizado con el uso de la tecnología, tal como Internet inalámbrico, servicios online, cámaras digitales, celulares y Ipods; por tanto buscará en las instalaciones el acceso a los mismos.

El servicio de traslado a los diferentes sitios de interés del destino debe ser proporcionado por los dueños de estos negocios o por empresas con las cuales e tengan convenios y sean reconocidas, en el medio, por su calidad en la prestación del servicio de transporte; que cuenten con los permisos adecuados y con los seguros de responsabilidad civil actualizados.

Los servicios adicionales tales como el de valet parking, niñeras, guías y servicio de cuidado para mascotas, debe ser proporcionado por el negocio, o por empresas de calidad que se dediquen a la prestación de estos servicios, que cuenten con los medios para hacerlo y con los permisos necesarios.

El SPA y todo lo que conlleva el hacer uso de éste, debe a cargo del Bed and breakfast como una unidad de negocio más; la cual debe de operar en función del cliente con productos de primer nivel y con el personal calificado que se necesite. Buscando la manera de proveer al cliente un ambiente de paz y armonía para su descanso personal.

Las empresas de la categoría especial Bed and breakfast que se instalen en el Estado de Guanajuato, ubicando a éste mismo como un destino 100% cultural, deben buscar operar y contar con un sistema de mejora continua en todos sus procesos para mantener un estándar adecuado de calidad en el servicio que se preste al cliente. Sin duda todo cliente que busca hospedarse en este tipo de empresas de servicio turístico tiene en mente encontrar una calidad suprema en los servicios que utilice dentro del establecimiento

REFERENCIAS

- AAAL (American Association of Alternative Lodging). 2006-2007. Tour Book México. México D. F. pp. 518-537.
- Campos A., L y E. Guzmán S. 2007. Empresas Turísticas en el Estado de Guanajuato: Los Bed and breakfast. Revista Panorama Administrativo Año 1 No. 2: 183-192.
- Pedraza González M., 2007. La actividad turística en México. GASTROTUR 23: 2-15.
- SE (Secretaría de Economía). 2007. La Actividad turística como palanca del desarrollo nacional. Informe 2007. http://www.conago.org.mx/reuniones/documentos/2006-09-11/I_01_SecretarioEconomia.ppt (Enero).
- SECTUR (Secretaría de Turismo). 2007a. El turismo sustentable. Boletín 64. <http://datatur.sectur.gob.mx/pubbyrep/hec/2007/m02/hec022007.pdf> (Febrero).
- SECTUR (Secretaría de Turismo). 2007b. Patrimonio religioso. Boletín 66. <http://datatur.sectur.gob.mx/pubbyrep/hec/2007/m10/hec102006.pdf> (Marzo).
- SECTUR (Secretaría de Turismo). 2007c. Actividad turística. Boletín 67. <http://datatur.sectur.gob.mx/pubbyrep/hec/2007/m09/hec092006.pdf> (Abril).

